

Opinnäytetyö (YAMK)

Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma

[Click here to enter text.](#)

2013

Riikka Laakso

TRADENOMI (YLEMPI AMK) -TUTKINNON TUNNETTUUS



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Riikka Laakso

TRADENOMI (YLEMPI AMK)TUTKINNON TUNNETTUUS

Tradenomi (ylempi AMK) – tutkinto on ollut mukana ammattikorkeakoulujen koulutusvaihtoehtona kymmenen vuotta. Se ei ole kuitenkaan vielä niin tunnettu kuin tradenomin tutkinto.

Opinnäytteen tekijän opiskeluryhmä oli kiinnostunut tietämään miten hyvin yritysten edustajat ja rekrytointiyritykset tunsivat tutkinnon. Tutkimus suoritettiin ylempään amk-tutkintoon kuuluvalla metodologisten opintojen kvalitatiivisella osiolla, jossa opinnäytteen tekijä opiskelukavereineen haastatteli 48 rekrytoinnin kanssa tekemisissä olevaa esimiestä tai rekrytointiyrityksessä työskentelevää henkilöä keväällä 2011. Menetelmänä käytettiin teemahaastattelua, jonka kautta toivottiin saatavan kattavia vastauksia tutkintoon sekä mielikuviin liittyviin kysymyksiin.

Tutkimuksen ja opinnäytteen tarkoituksena oli tuoda tutkintoa enemmän esille ja pohtia miten tutkinnon tunnettuutta voitaisiin kehittää. Tunnettuuden parantamiseksi ammattikorkeakoulun olisi otettava markkinointikohderyhmäkseen opiskelijoiden lisäksi yritysten edustajat ja ottaa heidät mukaan tutkinnon kehittämiseen ja lisätä näin yhteistyötä työelämän kanssa.

Ylemmän amk – tutkinnon vahvuudeksi vastaajat mainitsivat tutkinnon suorittaneiden työkokemuksen ja ammattikorkeakoulututkinnon käytännöllisyyden. Heikkoudeksi mainittiin tutkin-tonimike, joka ei kerro tarpeeksi tutkinnon tasosta, sekä tutkinnon tuntemattomuus. Tutkimuk-sesta esiin tulleet vahvuudet kannattaisi ottaa mukaan ylemmän amk - tutkinnon markkinointiin ja mainitut heikkoudet muuttaa mahdollisuuksiksi.

Ylempi amk-tutkinto on tarkoitettu vähintään kolmen vuoden työkokemuksen omaavalle alem-man korkeakoulututkinnon suorittaneelle. Opiskelu tapahtuu työn ohessa. Tutkintoa voisi olla järkevää markkinoida yritysten henkilöstöosastolle, jolloin yritykset voisivat olla mukana tarjoa-massa tutkintoa lisäkoulutuksena työntekijöilleen. Nyt sitä on enemmän tarjottu alemman kor-keakoulututkinnon suorittaneille koulujen entisille opiskelijoille.

Markkinointikohderyhmänä voisi olla entiset opiskelijat ja yritysten edustajat. Ammattikorkeakou-lujen T&K-toimintaa, täydennyskoulutusta ja palvelutoimintaa markkinoidaan koulujen internet-sivuilla, tradenomi (ylempi AMK)-tutkintoa voisi markkinoida myös samoilla areenoilla.

ASIASANAT:

ylempi amk-tutkinto, tunnettuus, mielikuva, markkinointi

Riikka Laakso

THE CONSPICUOUSNESS OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION DEGREE

Universities of Applied Sciences has offered Master of Business Administration degrees for 10 years, but still it is not so well known as Bachelor of Business Administration degree.

The writer of this thesis and her fellow students were interested to find out do business world know about this degree and what do they know. The inquiry was planned in methodological studies which belong to Master studies. Inquiry was made in spring 2011, when this thesis writer and her colleagues interviewed 48 persons who worked as a recruiting manager or who worked in a recruiting business. Theme interview was used as a research method, because it was hoped that answers would be inclusive when discussed about degree and conceptions about degree.

The meaning of this thesis was to raise the conspicuousness of Master of Business Administration degree and to consider how to improve degree's conspicuousness. One way to improve it is to include business world spokespersons to marketing target group. Include them to improve degree's conspicuousness and this way it can increase cooperation between Universities of Applied Sciences and business world.

The participants of this thesis mentioned that one of the degree's strength was the work experience of graduates' and the practicality of University of Applied Sciences studies. The weaknesses were the name of degree, because it does not tell enough about the level of the degree. The other weakness was the conspicuousness of the degree. It would be useful to take along the strengths of the degree when marketing plans are made and try to change weaknesses to opportunities.

The Master of Business Administration is for person, who has got at least three year work experience and who has Bachelor's degree. Students do the studies along with their work. It would be reasonable to market this degree to companies HR-department, so companies can offer these studies to its workers. Now it has only been marketed to former graduated students.

In University of Applied Sciences marketing target group there should be former students and business world spokespersons. The schools R&D- operation, in-service training and services are marketed in school's internet pages. It would be wise to market there also The Master of Business Administration degree.

KEYWORDS:

Master of Business Administration, conspicuousness, conception, marketing.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	7
1.1 Opinnäytetyön tausta	7
1.2 Opinnäytetyön lähtökohdat, tavoitteet ja menetelmät	8
2 YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO	9
2.1 Ylemmän amk-tutkinnon historia	9
2.2 Yliopiston ja ammattikorkeakoulujen mielipiteet jatkotutkinnosta	10
2.3 Ylemmän amk-tutkinnon suorittaneen osaaminen	12
2.4 Tutkinnon työelämälähtöisyys ja siihen liittyvä opinnäytetyö	13
2.5 Ylemmän amk-tutkinnon aseman vakiinnuttaminen	15
2.6 Tutkimustuloksia ylemmästä amk-tutkinnosta	17
3 TUTKINTOJEN EROT	20
3.1 Kaupallisen alan eri tutkinnot	20
3.1.1 Tradenomi	22
3.1.2 Kauppatieteiden maisteri	23
3.1.3 MBA	23
3.2 Tutkimustuloksia tutkintojen eroista	24
4 KOULUTUSPALVELUN TUNNETUKSI TEKEMINEN	26
4.1 Palvelun markkinointi	26
4.2 Koulutuspalvelujen markkinointi	27
4.3 Mielikuvamarkkinointi	29
4.4 Brändin luominen	31
5 TUTKIMUSTULOKSET	34
5.1 Kvalitatiivinen tutkimus	34
5.2 Reliaabelisuus ja validisuus	35
5.3 Tutkimuksen toteutus	35

5.4 Analyysin toteutus	37
5.5 Tulokset	38
5.6 Tutkinnosta	38
5.6.1 Työtehtävät	39
5.6.2 Osaaminen	41
5.7 Mielikuvat	43
5.7.1 Vahvuudet ja heikkoudet	43
5.7.2 Vertailu muihin kaupallisen alan tutkintoihin	46
5.7.3 Rekrytointitilanne	48
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	51
6.1 Tutkinnosta saatujen tietojen johtopäätöksiä	51
6.2 Tutkinnon tunnettuuden kehittämisehdotuksia	54
LÄHTEET	57

LIITTEET

- Liite 1. Haastattelurunko
- Liite 2. Vastaajien taustatiedot
- Liite 3. Vastausten lajitteluruudukko

KUVAT

Kuva 1: Laajennettu palvelutarjonta	26
Kuva 2: Mielikuvan kehittämisprosessi	30
Kuva 3: Brändin rakentamisen prosessi	32
Kuva 4: Vastaajien mielipiteet rekrytoinnissa vaikuttavista vaihtoehdoista	47

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön tausta

Suomen duaalimallisen korkeakoulujärjestelmän perustana on kaksi samanarvoista koulutusväylää: yliopistot ja ammattikorkeakoulut. Ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot vakinaistettiin vuonna 2005 ja nämä tutkinnot määritellään ammattikorkeakoululaissa ylemmäksi korkeakoulututkinnoksi. Osaamisen tason pitäisi olla sama kuin yliopistosta valmistuvien maistereiden. Liiketalouden alalla ammattikorkeakoulusta valmistunut saa nimikkeen tradenomi (ylempi AMK) ja yliopistosta valmistunut kauppatieteiden maisteri. Englanniksi molemmilla tutkinnoilla on sama nimi Master of Business Administration.

Tradenomi (ylempi AMK) – tutkintoa ei vielä tunneta, johtuen siitä että valmistuneita ei ole vielä kymmenen vuoden jälkeenkään monta ja tutkintonimike on harhaanjohtava. Tutkinto ei ole vielä löytänyt paikkaansa Suomen työelämässä. Tradenomeilla oli myös alkuaikoina hankalaa löytää paikkaansa työelämässä, kun tutkinto vielä uusi, mutta nykyään tradenomeja valmistuu tuhansittain vuosittain ja tutkinto on jo tuttu esimiehille. Sama tulee tapahtumaan myös tradenomi (ylempi AMK) – tutkinnolle.

Toinen asia on se, että mihin työtehtäviin tämän tutkinnon suorittaneet sijoittuvat. Auttaako tutkinnon suorittaminen ylenemiseen työpaikalla? Mieltävätkö esimiehet tämän tutkinnon samanarvoiseksi kuin kauppatieteiden maisteri – tutkinnon? Julkisella alalla tutkintoa pidetään varmastikin helpommin samanarvoisena kuin KTM-tutkinto, sillä siellä on paremmin tiedossa, että molemmat tutkinnot ovat samalla opetusministeriön määräämällä tasolla 7. Tutkimuksissa on havaittu, että kauppatieteiden maisteri – tutkintoa arvostetaan hieman enemmän kuin tradenomi (ylempi AMK) – tutkintoa.

1.2 Opinnäytetyön lähtökohdat, tavoitteet ja menetelmät

Työni tavoitteena oli selvittää miten tunnettu ylempi amk-tutkinto on työnantajien ja rekrytoijien näkökulmasta, millaista osaamista tutkinnon suorittaneilla oletetaan olevan ja miten tutkintoon suhtaudutaan muun muassa suhteessa muihin samantasoisiin tutkintoihin, kuten kauppatieteiden maisteri, tai suhteessa tradenomitutkintoon tai MBA-opintojen suorittaneeseen. Vaikka ylempi amk-tutkinto on vielä suhteellisen uusi, jokaisella rekrytoijalla, joka on palkannut ylemmän amk-tutkinnon suorittaneen tai edes kuullut tutkinnosta, on siitä jonkinlainen mielikuva. Tutkin myös näitä mielikuvia ja vastaavatko ne aikaisempaa tutkimustietoa.

Tutkimus suoritettiin ylempään amk-tutkintoon kuuluvalla metodologisten opintojen kvalitatiivisella osiolla, jossa opinnäytteen tekijä opiskelukavereineen haastatteli 48 rekrytoinnin kanssa tekemisissä olevaa esimestä tai rekrytointiyrityksessä työskentelevää henkilöä keväällä 2011. Menetelmänä käytettiin teemahaastattelua, jonka kautta toivottiin saatavan kattavia vastauksia tutkintoon liittyviin kysymyksiin sekä mielikuviin liittyviin kysymyksiin.

Vaikka yli puolet tutkimukseen osallistuneista työelämän edustajista oli kuullut tutkinnosta, heistä alle puolet tiesi tutkinnon sisällöstä. Moni ajatteli luultavammin tradenomi-tutkintoa miettiessään ylemmän amk-tutkinnon sisältöä ja kesken haastattelua muutti mielikuvaansa saatuaan tietää, että tutkinto on samantasoinen kuin KTM – tutkinto.

Tutkimuksen ja opinnäytteen tarkoituksena oli tuoda tutkintoa enemmän esille ja pohtia miten tutkinnon tunnettuutta voitaisiin kehittää. Tunnettujen parantamiseksi ammattikorkeakoulun olisi otettava markkinointikohderyhmäkseen opiskelijoiden lisäksi yritysten edustajat ja ottaa heidät mukaan tutkinnon kehittämiseen ja lisätä näin yhteistyötä työelämän kanssa. Mukaan kannattaisi ottaa myös koulun T&K –toiminnan edustajia. Monipuolinen yhteistyö synnyttäisi varmasti monen monta yhteisprojektia ja ylemmän amk-tutkinnon opinnäytetyömahdollisuuksia.

2 YLEMPI AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO

2.1 Ylemmän amk-tutkinnon historia

Ylemmästä ammattikorkeakoulututkinnosta puhuttiin sen suunnitteluvaiheessa jatkotutkintona. Kuten nimi kertoo, haluttiin uusi tutkinto tradenomi -tutkinnon jatkoksi. Ammattikorkeakoulujen rehtorineuvosto ARENE aloitti v. 1997 valmistelemaan selvitystä mahdollisesta jatkotutkinnosta. ARENE vetosi korkeakoulutuksen duaalimalliin ja ehdotti ammattikorkeakouluihin jatkotutkintoa varsinkin aloille, joissa tällaisen koulutuksen tarve on akuutein. Rehtorineuvoston mukaan globaalistuminen ja työelämän jatkuvat muutokset vaativat varsinkin tekniikan, liiketalouden ja sosiaalipuolen aloilla koulutuksen kehittämistä (Ojala & Ahola 2008, 14,16.)

Opetusministerille 20.8.1997 osoitetussa muistiossa oli kaksi ehdotusta jatkotutkimuksesta. Ensimmäiseksi ehdotettiin ammattikorkeakouluille omaa jatkotutkintoa ja toisena vaihtoehtona oli, että ammattikorkeakoulun suorittaneille olisi mahdollisuus hakea yliopiston jatkotutkintoihin (Levonen toim. 2007, 21.) Suomessa haluttiin pitää kouluissa yllä duaalimallia, sillä sen katsottiin auttavan erilaisia oppijoita löytämään oman koulutusalsansa. Ammattikorkeakoulu tarjoaa työläheisempää opiskelua kun taas yliopistot keskittyvät enemmän teoreettiseen opiskeluun. Näin työelämään valmistuu erilaisia osajia.

ARENE:n aloitteesta opetusministeriö nimitti selvitysmiehen miettimään ammattikorkeakoulujen asemaa Euroopan mittakaavassa. Hänen selvityksestään kävi ilmi toive, jossa Suomen ammattikorkeakoulut kuuluisivat eurooppalaiseen korkeakoulualueeseen ja jatkotutkinto on tarpeellinen, sillä se vastaa työelämän tarpeisiin. Selvitysmies piti tutkinnon vakinaistamista tarpeellisena ja sitä, että sen pitäisi olla samalla tasolla kuin maisteritutkinto. Ammattikorkeakoulut ottivat nämä tiedot mukaan omiin perusteluihinsa ja vetosivat oppilaitosten kansainvälistymisen kehittämiseen ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon avulla. (Ojala & Ahola 2008, 19,21–22.)

Ensimmäiset kokeilututkinnot aloitettiin v. 2002 ja koska tulokset näyttivät hyviltä, pystyttiin aloittamaan vakinaisen tutkinnon lakisääteiset pohjatyöt. Jatkotutkinnon nimikkeeksi tuli ylempi ammattikorkeakoulututkinto ja se vakinaistettiin lailla 1.8.2005. Hakijoita koulutukseen on ollut vuosina 2002–2008 yhteensä 11974 (Varjonen & Maijala toim. 2009, 5-6.)

Tämä tarkoitti samalla sitä, että ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut voi hakea maisteritutkinnon arvoisia työpaikkoja. OECD:n arviointiryhmän raportti v. 2005 antoi ymmärtää, että arviointiryhmä piti ammattikorkeakoulujen aikuiskoulutuspohjaista ylempää korkeakoulututkintoa taloudellisesti parempana keinona suorittaa Master – tutkinto ja tämä tutkinto pitää yllä hyvänä pidettyä duaalimallia (Maijala & Levonen toim. 2008, 50.)

2.2 Yliopiston ja ammattikorkeakoulujen mielipiteet jatkotutkinnosta

Ojala & Ahola pitävät teoksessaan opetusministeriön nimittämän selvitysmiehen raporttia liian myönteisenä jatkotutkintoa kohtaan. Heidän mielestään selvitys oli vain jatkotutkinnon tärkeyden esilletuomista, sillä jatkotutkinnot oli jo vakinaistettu. Yliopistoväki halusi pitää erillään ammattikorkeakoulun jatkotutkinnon ja yliopiston maisteritutkinnon. Heidän mielestään nimike ei voi olla sama, sillä näissä tutkinnoissa on erilaiset tavoitteet. Ammattikorkeakoulut ja yliopistot väittelivät myös aiheesta koskien ammattikorkeakoulun tarpeesta saada jatkotutkinto. Ammattikorkeakoulut eivät halunneet muuttaa koulutuksiaan lähemmäs yliopistoja ollakseen ”ponnahduslautakouluja” yliopistoille. Yliopistot taas eivät halunneet ammattikorkeakoulujen muuttuvan akateemisimmaksi. Heidän mielestään olisi parempi, jos akateemiset tutkinnot pysyisivät yliopistoilla ja työelämälähtöisemmät alemmat tutkinnot ammattikorkeakouluilla. (Ojala & Ahola 2008, 20,22, 24–25.)

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut voi hakea samoja maisteritason kelpoisuuden vaatimia työpaikkoja. Ojala & Ahola ihmettelevät tämän tarpeellisuutta, sillä suurin osa ammattikorkeakoulun käyneistä on yksityisellä sektorilla töissä, jossa muodollinen pätevyys ei ole tärkein tekijä. Onko tutkinto tar-

kein tekijä työtä haettaessa, sen päättää lopulta rekrytoijat (Ojala & Ahola 2008, 41.) Samaa keskustelua käytiin 1990-luvulla kun ammattikorkeakoulut ilmestyivät koulutusrintamalle. Silloin ihmeteltiin että mitä tradenomit ovat ja mihin he voivat sijoittua työelämässä. Myös silloin asiaa perusteltiin duaalimallin avulla, eli kahdella erilaisella koulutussektorilla. Ammattikorkeakoulujen ja yliopistojen suhteesta on keskusteltu siis 1990-luvulta lähtien ja on puhuttu ideologiasta ”different but equal”, joka toistaa duaalimallia (Parikka 1999, 30).

Parikan tutkimuksessa eräs tradenomi sanoi seuraavaa:

”Ammattikorkeakouluihin tiukemmat pääsyvaatimukset, jotta arvostus kasvaisi ja pysyisi. Nyt sinne menee liikaa onnenonkijoita ja välivuoden pitäjiä. Yhtenäisempää linjaa AMK:n ja tiedekorkeakoulujen välillä, jotta mahdollisuus ns. jatkokoulutukseen olisi parempi eikä tarvitsisi taas aloittaa alusta, jos haluaa suorittaa myöhemmin ylemmän kaupallisen alan tutkinnon” (Parikka 1999, 104)

Niin alemman kuin ylemmän ammattikorkeakoulututkintojen alkutaival on ollut haasteellista. Molemmissa on epäilty tutkinnon paikkaa muiden tutkintojen joukossa ja Parikan tutkimuksesta kävi ilmi, että osa ammattikorkeakouluun hakevista haki kouluun vain sen takia, etteivät olleet päässeet yliopistoon (Parikka 1999, 76). Jo tuolloin oli tradenomeilla jo toiveita jatkotutkinnosta, joka antaisi ylemmän korkeakoulututkinnon.

Jos ajatellaan työelämän markkinoita, niin vaikka yliopisto ja ammattikorkeakoulu tarjoavat erilaista opetusta, tulevat osa valmistuneista kilpailemaan samoista työpaikoista. Vaikka yliopisto-opinnot keskittyvät enemmän tieteelliseen tutkimukseen, ei kaikille maistereille ole tarjolla tutkimustyötä, eivätkä kaikki heistä sitä halua tehdä. Myöskään ei kaikille tradenomeille, estonomeille, yms. alemman ja ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneille ole tarjolla koulutukseensa vastaavaa työtä. Tosin ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet ovat yleensä jo työssä, joten heillä ei opiskelun tarkoituksena välttämättä ole työpaikan hankkiminen.

2.3 Ylemmän amk-tutkinnon suorittaneen osaaminen

Ylempi ammattikorkeakoulututkinto kuuluu samalle kansallisen viitekehyksen tasolle 7 kuin maisterin tutkinnotkin. Kansallisen viitekehyksen tarkoituksena on lisätä vertailukykyä kansainvälisten tutkintojen kanssa. Samalla helpottuu opiskelupaikkojen välillä siirtyminen ja poistuu tutkintojen väliset erot. Kansallinen viitekehys haluaa tukea jo aiemmin opitun tiedon tärkeyttä ja korostaa elinikäisen oppimisen tärkeyttä koulutuksessa. ARENE ry on tehnyt suositukset alempien ja ylempien ammattikorkeakoulututkintojen osaamisen alueiksi. Nämä osaamiset voidaan jakaa ammatilliseen ja yhteisiin kompetensseihin. *Alueita ovat:*

- oppimisen taidot
- eettinen osaaminen
- työyhteisöosaaminen
- innovaatio-osaaminen
- kansainvälistymisosaaminen (Auvinen ym. 2010, 4-8).

Näiden osaamisalueiden avulla voidaan opiskelijan kehittymistä arvioida ja kehittää. Oppimisen taidoiksi voidaan lukea itsensä jatkuvan oppimisen ymmärtäminen, oppimisen suunnittelu ja arviointi. Eettinen osaaminen tarkoittaa oman toiminnan eettisyydestä vastaamista, henkilö osaa ottaa toiminnassaan huomioon ympäristön ja hän osaa soveltaa kestävän kehityksen periaatteita.

Työyhteisöosaamisessa painotetaan tiimiosaamista, viestintä- ja vuorovaikutusosaamista, sekä organisaation kehittämiseenkin tarvittavia taitoja. Innovaatio-osaaminen näkyy henkilön tutkimusmenetelmien osaamisessa ja tutkimushankkeiden toteuttamisessa. Henkilö osaa hankkia tietoa ja osaa lukea sitä kriittisesti ja analyttisesti. Kansainvälistymisosaaminen on kielitaitoa, kulttuurierojen ymmärtämistä ja taitoa toimia kansainvälisessä työyhteisössä. (Levonen 2007, 85).

Kansainvälistymisosaamista painotetaan osittain senkin takia, että ammattikorkeakoulut haluavat tuoda esille yhteistyökontaktinsa Euroopan muihin ammatti-

korkeakouluihin tai sen tasoihin oppilaitoksiin. Suomen ammattikorkeakouluissa on englanninkielisiä koulutuslinjoja ja paljon ulkomaalaisia opiskelijoita. Tulevaisuuden osaamistarpeet ja työelämän muutokset on otettava huomioon myös kuinka paljon korkeakoulut ja yritykset tekevät yhteistyötä saadakseen työelämään tarvittavaa osaamista ja osaajia, määrittelee lopulta koulutuksen sisällön.

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tavoitteet ovat:

- ”antaa työelämän edellyttävät laajat ja syvälliset tiedot asianomaiselta alalta sekä tarvittavat teoreettiset tiedot asianomaisen alan vaativissa asiantuntija- ja johtamistehtävissä toimimista varten.
- antaa syvälinen kuva asianomaisesta alasta, asemasta työelämässä ja yhteiskunnallisesta merkityksestä sekä valmius asianomaisen alan tutkimustiedon ja ammattikäytännön kehityksen seuraamiseen ja erittelyyn.
- antavat valmiudet elinikäiseen oppimiseen ja jatkuvaan ammattitaidon kehittämiseen.
- antaa työelämässä vaadittava hyvä viestintä- ja kielitaito, sekä
- kansainvälisen vuorovaikutuksen ja ammatillisen toiminnan edellyttämät valmiudet” (Levonen 2007, 163–164.)

Tavoitteet ovat hyvin linjassa kansallisen viitekehyksen osaamisen kompetenssien kanssa. Tavoitteet kuvastavat sitä ajatusta, että ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut voi toimia oman työnsä ja yrityksen kehittäjänä, hän osaa käyttää tutkimuksellisia menetelmiä kehitystyössään ja hän osaa toimia ja viestiä kansainvälisessä ympäristössä.

2.4 Tutkinnon työelämälähtöisyys ja siihen liittyvä opinnäytetyö

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon markkinointimateriaaleissa tuodaan esille tutkinnon työelämälähtöisyys. Opiskella voi työn ohessa, siihen kannustetaan ja hakeakin opiskelemaan voi vasta kun omaa vähintään 3 vuoden työkokemuksen. Tällä halutaan tukea oman kokemuksen tuomista osaksi opintoja. Opinnoista saa enemmän irti kun on työkokemusta johon suhteuttaa tunteilla

saatua tietoa. Työelämässä jatkuva oppiminen on tarpeellista, sillä työtehtävät muuttuvat ja työpaikatkin vaihtuvat useammin kuin ennen. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto on hyvä mahdollisuus työn ohessa oppia uutta ja samalla viedä oppimaansa käytäntöön. Hyvä esimerkki löytyi Helsingin ammattikorkeakoulu Stadiasta, jossa aloitettiin v. 2006 60 opintopisteen Master- tutkinto. Koulutus toteutettiin yhteistyössä IBM ja Nokian kanssa ja mukana oli myös vierailijoita asiantuntijoita eri yrityksistä. Vuoden kestävä koulutus pohjautui teknologiaosaamiseen ja sitä tehtiin töiden ohessa. Insinööritaustaisina esimiehinä toimivia opiskelijoita oli 30 kahdeksasta eri maasta. Opiskelu oli tiimityötä ja kaikki tehtävät tulivat tosielämästä. He kirjoittivat opiskelujen aikana 30–40 artikkelia koskien tekemiään projektejaan ja lopputyö tehtiin palvelutoiminta-alalle. Kouluttajina toimivat alan tohtorit ja opinnoissa käytettiin tapausesimerkkejä opiskelijoiden omista yrityksistä. Näin opiskelijat verkottuivat ja oppivat toisiltaan.

Myös yritys hyötyy opiskelevasta työntekijästä, sillä oikeasti hyödynnettynä yritys voi saada opiskelijalta monta tarpeellista raporttia koskien yrityksen kehittämistä yms. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto on vielä nuori, joten vie aikaa ennen kuin työelämässä se tunnistetaan ja sitä osataan arvostaa. Tosin, kaikenlainen itsensä kehittäminen on työmarkkinoilla vain plussaa. Opinnäyte kehittämistyönä voidaan nähdä pidempiaikaisena sitoutumisena yritykseen ja sen kehittämiseen (Levonen 2007, 52,157). Pitää myös ymmärtää, että opiskelun tarkoituksena ei ole pelkästään tietyn yrityksen toiminnan kehittäminen, vaan opiskelijan elinikäinen oppiminen ja hänen osaamisensa laajentaminen, sekä oppi jota voidaan käyttää monessa erilaisessa yrityksessä.

Opintojen tärkein osuus on opinnäytetyö, joka on kehittämistehtävä joko omalle työpaikalle tai toiseen yritykseen/työyhteisöön. Se olisi hyvä aloittaa mahdollisimman pian opintojen alettua, jotta voi käyttää kursseilla opittuja tietoja kehittämistehtävässä hyväksi. Opinnäytetyön tarkoituksena on osoittaa kuinka hyvin opiskelija osaa etsiä tietoa ja sisällyttää siihen omaa tietämystään. Miten opiskelija käyttää tutkimuksellisia menetelmiä etsiäkseen vastauksia työelämän ongelmiin ja löytääkseen kehittämistehtävään vastauksia. (Levonen 2007, 127)

Onko sitten ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytteen tarkoitus olla tieteellinen tutkimus vai riittääkö tutkimuksellinen ote, joka on kuitenkin ammatillinen? (Levonen 2007, 128) Opinnäytteen tekeminen on prosessi, jossa vähitellen opiskelija työstää lukemaansa ja kuulemaansa teoriaa käytännön tietoihinsa ja tuottaa siitä analyyttistä tekstiä. Sen hyöty verrattuna työelämään voi olla se, että opinnäytetyöskentelystä opitaan kriittisesti suhtautuman tietoon ja huomaamaan miten tärkeitä on huomata kokonaisuudet työssä.

Marttila & Lyytinen ehdottivat artikkelissaan, että ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyöt kytkettäisiin ammattikorkeakoulujen T&K toimintaan. Näin autettaisiin tutkinnon tunnettuutta, lisättäisiin koulujen yritysten yhteistyötä ja tutkinnon opiskelijat oppisivat enemmän T&K toiminnasta ja tutkimustyöstä (Levonen 2007, 152). Tämä auttaisi myös siihen, että kehittämistehtävästä ei tule vain yhden yrityksen kehittämiseen sopiva raportti/työkalu.

2.5 Ylemmän amk-tutkinnon aseman vakiinnuttaminen

Ojalan ja Aholan v.2005 tekemässä tutkimuksessa kävi ilmi, että melkein puolet opiskelijavastaajista sai tietoa ylemmästä ammattikorkeakoulututkinnosta lehti-ilmoituksista ja koulujen www-sivuilta. Osa vastanneista oli saanut tietoa tutkinnosta myös sähköpostitse. Tuloksista näkyi myös eri koulutusalojen erilainen markkinointi, sillä varsinkin tekniikan alan opiskelijat olivat saaneet sähköpostiin tietoa tutkinnosta. Vain 2 % vastanneista oli hakenut opiskelemaan tutkintoa, koska työnantaja oli sitä suositellut (Ahola & Ojala 2008, 85–86). Näihin vastauksiin luultavasti on vaikuttanut se, että tutkinto virallistettiin samana vuonna kun kysely on tehty. Tutkinnon suorittaneita ei ole vielä ollut monta.

Kun tradenomi-tutkinnot vakinaistuivat 1990-luvulla, niiden tarpeellisuutta epäiltiin ja ihmeteltiin tutkinnon tasoa verrattuna merkonomiin ja ekonomiin. Tutkinto oli uusi ja sen tuomista hyödyistä ei ollut vielä tietoa. Kun aikaa kului ja ammattikorkeakoulut tulivat kaikille tutuiksi, tradenomit on hyväksytty osaksi kaupallisen alan tutkintoja. Kun siirryttiin 2000-luvulle ja saatiin taas uusi tutkinto, samat epäilykset nousivat taas esille. Turun ammattikorkeakoulu juhli syksyllä 2012

ylemmän ammattikorkeakoulun 10-vuotispäiviä, joten luulisi, että tutkinto olisi jo tunnetumpi, mutta edelleen se herättää keskustelua.

Maijalan & Levosen toimittamassa julkaisussa vuodelta 2008 pohdittiin tutkinnon tulevaisuutta. Tutkinnon asemaa voidaan vakauttaa tunnettuuden ja profiloinnin avulla. Työelämässä tutkinto tulee tutuksi sitä mukaan kun sinne tulee enemmän tutkinnon suorittaneita ja sitä opiskelevia. Kun huomataan miten tutkinto on kehittänyt opiskelijoita/edistänyt heidän osaamistaan työelämässä, tutkinto huomataan paremmin ja sitä opitaan arvostamaan. Toinen asia mikä, tutkinnossa voi olla monille, niin opiskelijoille kuin esimiehille, epäselvää on sen asema verrattuna maisterin tutkintoon. Sitä olisi hyvä tarkentaa ja avata, jotta epäselvyydet poistuvat (Maijala & Levonen 2008, 126–128).

Pisnesenkelit -blogista löytyi tutkimus, jossa netissä kyseltiin 203 henkilöltä ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tunnettuudesta. Vastaajista puolen koulutustaso oli ammattikorkeakoulu, joten heistä 96 % oli kuullut tutkinnosta. Kun heiltä kysyttiin miten tunnettuutta voisi parantaa, tuli seuraavia ehdotuksia:

- mainontaa enemmän
- tutkintoa kannattaisi mainostaa aktiivisesti sosiaalisessa mediassa
- parempi vertailu maisteritutkinnon kanssa
- tunnustus myös työmarkkinoilla ja TES:en palkkataulukossa
- yksi markkinointiväylä olisi työnantajat/työpaikat. Monessa työpaikassa kannustetaan jatkokoulutukseen jos asian tuo esille. Mutta jos taukotilassa olisi esite, jossa olisi faktat, niin siitä voisi moni innostua (pisnesenkelit – blogi 2012)

Tutkimukseen osallistuneiden vastauksista käy ilmi, että he arvostavat tutkintoa ja pitävät sitä samantasoisena kuin maisterin tutkintoa. Myös HAMK:in julkaisuissa on tullut esille toiveet tiiviimmästä yhteistyöstä työelämän edustajien kanssa. Kun työelämä oppii tuntemaan tutkinnon paremmin, saa tutkinto enemmän tunnettuutta ja arvostusta. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kehittämisverkostolla onkin käynnissä projekti vuosille 2010–2012, jonka kes-

keisenä teemana on tutkinnon tunnettuuden, TKI ja työelämäyhteistyön ja koulutuksen laadun kehittäminen (ylempi amk kehittämisverkosto 2012)

2.6 Tutkimustuloksia ylemmästä amk-tutkinnosta

Ojala & Ahola selvittivät tutkimuksessaan v. 2005 aloittaneiden ylemmän amk-tutkinnon opiskelijoiden mielipiteitä sekä toiveita koulutuksesta ja tulevaisuudesta. Vastaajat olivat liiketalouden, sosiaali- ja terveys-alan sekä tekniikan koulutusaloilta. Lähes jokainen tutkimukseen osallistuja oli suorittanut ammattikorkeakoulun ja 65 % heistä oli suorittanut joko yhden tai useamman tutkinnon (Ojala & Ahola 2008, 49,51,58,60). Itsellänikin on tradenomi – tutkinnon lisäksi 2 muuta tutkintoa. Osa meistä on sellaisia, jotka haluavat aina oppia uutta tai etsiä sitä omaa alaa. Osalle opiskelu on keino pitää itsensä kilpailukykyisenä työmarkkinoilla.

Lähes puolet vastanneista oli työntekijöitä, kolmannes asiantuntijatehtävissä ja 10 % oli johtavassa asemassa toimivia. Reippaasti yli puolet heistä oli opiskellut työn ohessa alempaa ammattikorkeakoulututkintoa ja he olivat tyytyväisiä nykyiseen asemaansa. Vastanneista yli puolet oli pysynyt saman työnantajan palveluksessa ja 45 % oli vaihtanut työpaikkaa tai työtehtävää (Ojala & Ahola 2008, 72,77,79,82). Vastaajilla oli jo laajasti työkokemusta, joten luultavamminkin heistä suurin osa halusi päivittää vanhoja tietojaan hakiessaan opiskelemaan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa.

Tutkimuksessa kävikin ilmi, että suosituin perustelu opiskelemaan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa, oli itsensä kehittäminen ja uudet sosiaaliset kontaktit (Ojala & Ahola 2008, 93–94). Tämä tukisi ajatusta, että vastaajat ovat elinikäisiä oppijoita, joiden suurin motivaatio on oppia uutta, vaikka siitä ei välttämättä olisi edes suoranaista hyötyä omassa työssään. Opiskelu tuo jotain vaihtelua työntekoon ja samalla siitä voi kuitenkin olla hyötyä omassa työssä. Seuraavaksi yleisimmät syyt olivat työttömyys tai sen uhka ja oman itsensä kehittäminen. Tutkijat jakoivat työvuosien ja näiden opiskeluun lähtöperustelujen pohjalta vastaajat neljään ryhmään.

- nuoret, jotka aloittivat valmistumisensa jälkeen ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon melkein heti 3v. työkokemuksen jälkeen
- veteraanit, jotka pitkän työuran jälkeen halusivat päivittää tietojaan
- putkikouluttautujat, joilla ei ole kertynyt työkokemusta
- elinikäiset oppijat, joilla on niin työkokemusta kuin tutkintoja (Ojala & Ahola 2008, 95).

Luulen, että näitä ihmisiä löytyy omasta opiskeluryhmästäni ja aika monesta muustakin ryhmästä ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneista.

Tutkimukseen osallistujat olivat myös miettineet muita opiskelumahdollisuuksia kuten yliopistoa. Jopa 70 % piti yliopistoa ensisijaisena vaihtoehtona. Vaaka kallistui kuitenkin ammattikorkeakoulun järjestämään ylempään korkeakoulututkintoon, koska tutkinnon voi suorittaa työn ohessa ja se on työelämälähtöisempää kuin yliopisto-opinnot. Yksi syy oli myös se, että ammattikorkeakouluja on useammalla paikkakunnalla kuin yliopistoja, joten mahdollinen opiskelupaikka on lähempänä kuin yliopisto (Ojala & Ahola 2008, 99–100,103).

Ammattikorkeakoulun opintoja pidetään työelämälähtöisempinä kuin yliopiston opintoja. Tätä molemmat osapuolet ovat halunneet myös painottaa. Ammattikorkeakoulujen laaja verkosto kattaa koko Suomen ja näin ollen kouluilla on laajempi kirjo tehdä yhteistyötä elinkeinoelämän kanssa. Ammattikorkeakoulusta valmistuneet ovat jo ehkä päässeet opiskelun ohessa kiinni työelämään joko harjoittelun tai kesätyön kautta. Osa vastanneista koki luontevana jatkumona hakea opiskelemaan ylempää tutkintoa samassa oppilaitoksessa mistä viimeksi valmistui (Ojala & Ahola 2008, 104).

Kun kysyttiin koulutuksen odotuksista, vastaajat halusivat koulutuksen tuovan heille osaamisen ja työelämätaitojen kehittymistä sekä apua uralla etenemiseen (Ojala & Ahola 2008, 110). Eli samoja asioita minkä takia he hakivat koulutukseen. Vastaajat olivat opiskelleet ylempää tutkintoa puoli vuotta tai vuoden ja kun heiltä kyseltiin kokemuksia opiskelusta, heidän tyytyväisyytensä kohdistui opettajien ja ulkopuolisten asiantuntijoiden osaamiseen ja opetuksen sisältöön. Kritiikkiä annettiin opiskelun liian tiukasta aikataulusta ja koulutuksen organi-

soinnista. Mielipiteisiin on vaikuttanut se, kuinka paljon opiskelijat ovat päässeet vaikuttamaan opintoihin (Ojala & Ahola 2008, 153). Samoista asioista on puhuttu myös omassa opiskeluryhmässä, on tuntunut siltä että kursseja käydään kovalla vauhdilla läpi.

3 TUTKINTOJEN EROT

3.1 Kaupallisen alan eri tutkinnot

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon ja maisterin tutkinnon oletetaan sisältävän samat opit, mutta tutkimuksen mukaan tutkintojen osaamisen profiilierot eivät ole riittävän selkeitä. Rantasen ym. artikkelissa kerrotusta tutkimuksesta kävi myös ilmi, että työnantajat suhtautuivat kriittisemmin ylemmän ammattikorkeakoulun käyneiden osaamiseen. Aikuiskoulutuspohjaisen ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tarkoituksena on valmistaa yhteiskuntaan työelämän kehittäjiä ja uudistajia, kun maisterin tutkinto valmistaa opiskelijoista oman tieteenalansa tutkijoita.

Eurooppalaisen tutkintojen viitekehyksessä on kuvailtu ylempään ammattikorkeakoulututkintoon liittyvät oppimistulokset, jotka voidaan jakaa tieto, taito- ja pätevyysoppimisiin. Viitekehystä on kritisoitu mm. siitä, että erilaiset tutkinnot (sairaanhoitaja YAMK, diplomi-insinööri YAMK) on laitettu samalle viivalle, vaikka näiden tutkintojen sisältö on hyvin erilainen (Rantanen ym. 2010, 267,269).

Rantasen ym. artikkelissa tutkimukseen osallistuneet kertoivat vahvimmit osaamisen alueiksi ylemmillä ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneilla olevan vuorovaikutusvalmiuksien, itsenäisen ajattelun sekä käytäntöjen kehittämisen. Työnantajat pitivät vaikeampina tunnistaa ko. tutkinnon suorittaneiden osaamisessa tutkimus- ja innovaatiotoiminnan taitoja sekä johtamistaitoja. Tutkimustuloksiin voi vaikuttaa se, että tutkinto on vielä suhteellisen uusi tutkimusta tehdessä ja suurin osa vastaajista oli maistereita.

Tutkimukseen osallistuneet maisterit ja ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet pitivät molempien tutkinnon käyneitä yhtä osaavina, mutta he pitivät tärkeänä, että otetaan huomioon työkokemus ja henkilön oma motivaatio kyseistä osaamista (esim. johtaminen) kohtaan. He pitivät myös osaa tutkimuksessa olevia osaamisen osa-alueita enemmänkin luonteenpiirteinä, johon koulu-

tuksella ei ole vaikutusta. Maisterit kokivat tutkintonsa antavan hyvän koulutuksen tutkijan työhön.

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneet kokivat, että heidän tutkinnoissa tutkiminen ja kehittäminen on integroitu toisiinsa ja kehittämistyö on heidän alaansa, tosin osa vastaajista oli asiasta myös päinvastaista mieltä. Molemmat tutkinnon suorittaneet kokivat, että pitää olla työkokemusta ennen kuin voi hakea johtavassa asemassa olevien virkoja. Tutkimus osoitti, että jatkuva oppiminen on tärkeää työelämässä, joten aikuiskoulupohjaisella tutkinnolla on selkeä tilaus (Rantanen ym. 2010, 273–274, 276).

Ylempi ammattikorkeakoulututkinto rinnastetaan maisterin tutkintoon, mutta jollakin aloilla työnhakua hankaloittaa työnantajan vaatima pääaine koulutuksen tason lisänä. Toisaalta työnantajat haluavat työelämälähtöisen akateemisesti koulutetun työntekijän, mutta kuitenkin työelämälähtöisyyttä ei kaikilla aloilla pidetä sittenkään niin tärkeänä. Onko työelämälähtöinen tutkinto sittenkään valtti työpaikkaa haettaessa? (Rantanen ym. 2009, 3).

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään mitä mieltä työnantajat olivat ylemmästä ammattikorkeakoulututkinnosta ja ovatko maisterin tutkinto ja ylempi ammattikorkeakoulututkinto samalla linjalla työmarkkinoilla. Kyselyyn vastasi kaupallisen alan, sosiaalialan ja terveysalan työnantajat. Suurin osa vastaajista oli julkisen puolen sektorilta. Suurin osa heistä oli palkannut useita tutkinnon suorittaneita. Tutkimuksesta käy ilmi, että yamk-tutkinnon suorittaneet sijoittuvat ala-kohtaisesti eritasoisiin tehtäviin. Varsinkin sosiaali-alalla yamk-tutkinnon suorittaneet sijoittuvat samoihin töihin kuin sosionomin tutkinnon suorittaneet. Kun taas kaupallisella ja terveysalalla yamk-tutkinnon suorittaneita on palkattu johtaviin tai asiantuntija-asemiin (Rantanen ym. 2009, 3-4,6).

Hieman yli puolet vastaajista oli sitä mieltä, että maisterin tutkinnon suorittaneiden ja yamk-tutkinnon suorittaneiden töissä ja palkoissa on eroja. Rantasen ym. mukaan osa yamk-tutkinnon suorittaneista jatkaa samassa työtehtävässä, joten tutkinnon suorittaminen ei välttämättä vaikuta urakehitykseen. Osa on kuitenkin

päässyt urallaan eteenpäin. Johtuuko se persoonasta vai työkokemuksesta vai mistä? (Rantanen ym. 2009, 7).

Lisäkoulutusta arvostetaan työnantajien keskuudessa, mutta työelämälähtöistä yamk-tutkintoa ei arvosteta niin paljon kuin maisterin tutkintoa. Johtuuko se siitä, että yamk-tutkinto on vielä niin uusi ja se sekoitetaan alempaan korkeakoulututkintoon? Tässä tutkimuksessa suurin osa vastaajista oli maistereita, joten heidän oma henkilökohtainen suhtautuminen maisterin tutkintoon on voinut vaikuttaa tuloksiin. Rekrytoinneissa on otettu myös huomioon mistä koulusta on valmistunut, joten koulujen maineellakin on nykyisin vaikutusta (Rantanen ym. 2009, 8).

Englanniksi ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tutkintonimike liiketalouden alalla on Master of Business Administration eli MBA. Nimikkeiden tarkoitus ja niiden arvojärjestys voi hämmentää työnantajat. Onko ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut maisteri vai ei? Tarkoittaako ammattikorkeakoulun MBA samaa kuin maksullinen MBA -täydennyskoulutustutkinto, joita on tarjolla monessa yliopistossa ja koulutusyrityksessä? Työnantajilla voi olla hankala määrittää ovatko nämä tutkinnot samanarvoisia ja jos eivät ole, miten ne eroavat toisistaan.

3.1.1 Tradenomi

Ammattikorkeakoulut perustettiin Suomeen 1990-luvun alussa. Tarkoituksena oli perustaa koko maan kattava duaalimallin mukainen korkeakouluverkosto. Näin Suomessa olisi ei-akateeminen sektori ja akateeminen yliopistosektori. Ammattikorkeakoulut painottuvat työelämälähtöisyyteen, kun taas yliopistot keskittyvät tieteellisiin tutkimuksiin (Parikka 1999. 28–32.) Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon alan ammattikorkeakoulututkinto on nimeltään tradenomi. Tutkinto on laajuudeltaan 210 opintopistettä eli 3,5 vuotta. Tradenomin tutkintoon voi hakea mm. ylioppilastutkinnon suorittanut ja kaupallisen opistotutkinnon suorittanut. Tradenomiksi voi valmistua monelta eri suuntautumisvaihtoehdosta, esim. Turussa vaihtoehtoja on digitaalinen markkinointiviestintä, lii-

ketoimintatiedon hallinta ja tietojohdaminen, markkinointi, urheilujohtaminen ja -markkinointi/Sport management, markkinointi urheilijoille, taloushallinto ja yrittäjyys (Turun ammattikorkeakoulu 2012.)

3.1.2 Kauppatieteiden maisteri

Kauppatieteiden maisteriksi kouluttaudutaan kauppakorkeakouluissa. Tutkinto on 120 opintopisteen laajuinen ja Turussa suuntautumisvaihtoehtoja on kaupan ja palvelujen maisteriohjelma, Master's Degree Programme in Futures Studies – FUTU, International Master's Degree in Programme in Global IT Management – GITM ja Master's Degree Programme in Global Innovation Management – GIM. Maisteriohjelmiin voi hakea kun on suorittanut ylioppilastutkinnon ja alemman korkeakoulututkinnon (kauppatieteiden kandidaatti). (Turun kauppakorkeakoulu 2012) Tosin jossain kauppakorkeakoulun yksiköissä, kuten Porin yksikössä voi myös tradenomi opiskella kauppatieteiden maisteriksi. Maisterin tutkinto on siis kandidaattitutkinnon jatkotutkinto.

3.1.3 MBA

MBA eli Master of Business Administration on eri koulujen tai koulutusyritysten järjestämä maksullinen liiketalouden jatko- tai täydennyskoulutus. Se on tarkoitettu esimiestehtävissä jo tovin työskenneille ja yleinen pääsyvaatimus on alempi korkeakoulututkinto. Koulutusohjelmaa ja sen laatua ei valvo mikään taho, vaan jokainen koulutuksen järjestäjä luo oman suunnitelmansa. Sen vuoksi koulutus ei anna tutkintonimikettä, vaan diplomin (Koulutus.fi 2012). Koulutuksen hyvä maine riippuu usein siitä, missä on koulutuksen suorittanut. Aika usein työnantaja maksaa koulutuksen, joten motiivina voi olla osallistujan työtehtävien muuttuminen. (Uranus 2012).

3.2 Tutkimustuloksia tutkintojen eroista

Parikan teoksessa kerrotaan Turun yliopiston Koulutussosiologian tutkimuskeskuksen tutkimuksesta, jossa yhtenä osa-alueena selvitettiin *kaupallisen alan eri intressiryhmien näkemyksistä koulutuksen sopivuudesta, pätevyydestä ja tulevaisuudesta työmarkkinoilla*. Vuonna 1998 aloitetussa tutkimuksessa suurin osa vastaajista oli ekonomeja ja paljon pienempi osuus tradenomeja. Tutkimukseen osallistuneilta kysyttiin syitä miksi oli hakenut kaupalliselle alalle ja syitä löytyi monia. Osa oli kiinnostunut alasta, osalle koulupaikan hakeminen oli taktikointia löytää vain opiskelupaikka, sillä kaupallinen ala on hyvin laaja-alainen. Siitä voi siirtyä myös opiskelemaan muuta alaa. Osalla, varsinkin ekonomeista, vastauksissa ilmeni alan hyvä ja korkea taloudellinen status perusteluna (Parikka 1999,13, 93).

Tutkimuksessa kysyttiin vastaajien mielipiteitä omasta tutkinnostaan ja suurin osa ekonomeista ja tradenomeista olivat tyytyväisiä koulutukseensa, mutta jopa kolmannes ekonomeista ei osannut sanoa mikä on heidän koulutuksensa tutkimuksellinen taso. Tämä on erikoista ajatellen sitä, että juuri tieteellisellä tutkimusosaamisella kauppatieteiden opiskelijat perustelevat eroavaisuuttaan verrattuna tradenomeihin (Parikka 1999, 96,103). Mielenkiintoista olisi tietää mihin voidaan vetää raja tieteellisyyden ja käytännöllisyyden opettamisessa. Voivatko niin yliopistot kuin ammattikorkeakoulut molemmat keskittyä niin tieteellisyyteen ja käytännönläheisten asioiden opetukseen, jolloin tuloksena olisi työmarkkinoilla pärjäävä huippututkija? Miten näistä kahdesta eri oppilaitoksesta valmistuneiden osaaminen eroaisi toisistaan?

Tämä tutkimus tehtiin aikana, jolloin tradenomi-tutkinnot olivat vielä uusia ja tämä näkyy myös vastauksissa. Tradenomit antoivat kritiikkiä opetussuunnitelmien epäselvyyksistä, jatkuvista muutoksista ja tulevaisuuden epävarmuudesta koskien tutkintoa ja ammattikorkeakoulua (Parikka 1999, 104–105). Samoja kritiikin aiheita on sanottu myös ylemmästä ammattikorkeakoulututkinnosta. Kehitysehdotuksia tuli molemmilta koulutusaloilta. Niin ekonomit kuin tradenomitkaan eivät halunneet lisätä koulutukseen enempää teoriaopetusta. Suosituim-

mat koulutuksen lisäehdotukset ovat kansainvälisyys, viestintätaidot ja ATK-taidot. Huomattavaa oli, että melkein 80 % ekonomeista ja tradenomeista toivoi käytännönläheisyyttä. (Parikka 1999, 111–112) Vastauksista löytyi eroavaisuuksia, tässä muutama kommentti;

”Tiedekorkeakoulu tulisi tulla käytännönläheisemmäksi. Opettajien pitää tuntea työelämää!! Tiedekorkeakoulun taso säilytettävä, mutta lähennyttävä työelämää. Tiedekorkeakoulun pitää olla vaativuustasoltaan ja arvostukseltaan paras...” (Ekonomi)

”Tradenomiksi pääsee kuka tahansa; kauppakorkeakoulujen opiskelija-aines on aivan eri luokkaa. Teoreettinen viitekehys + akateeminen vapaus kasvattaa ekonomeista omilla aivoillaan ajattelevia johtajia, tradenomit osaavat vain jonkin kapean osa-alueen.” (Ekonomi)(Parikka 1999, 114, 128)

4 KOULUTUSPALVELUN TUNNETUKSI TEKEMINEN

4.1 Palvelun markkinointi

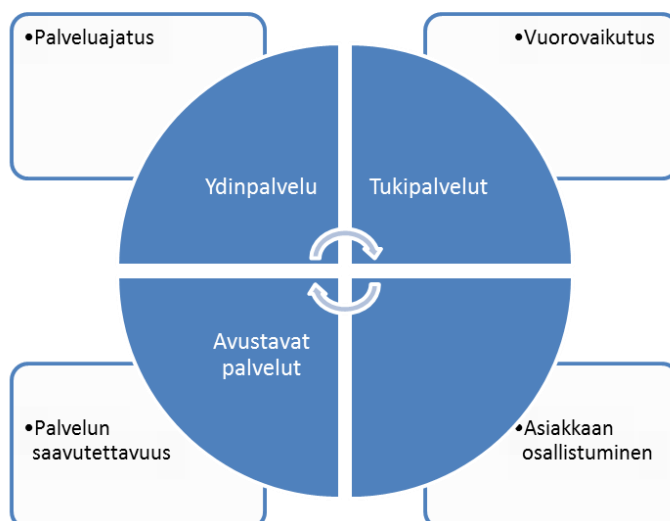
Grönroosin mukaan palvelu voidaan jakaa kolmeen kategoriaan:

- *ydinpalvelu* -> yamk – tutkinto
- *avustavat palvelut* -> työkokemus
- *tukipalvelut* -> koulun T&K –palvelut, ohjaajat, opiskelukaverit

Ydinpalvelu on se syy miksi markkinoilla ollaan, avustavat palvelut taas auttavat ydinpalvelun onnistumisessa ja tukipalvelut taas tuovat lisäarvoa palvelulle. Avustavat palvelut ovat tukipalveluja välttämättömiä, sillä ilman niitä ei voi erottautua kilpailijoiden palveluista. Tähän kolmikkoon voidaan lisätä myös

- *palvelujen saatavuus* -> kaikki amk:t, joissa yamk -koulutus
- *vuorovaikutus palveluorganisaation kanssa* -> opettajat, T&K, opiskelukaverit, tilat
- *asiakkaan osallistuminen* -> työpaikka tai T&K kanssa yhteistyötä tekevä

tätä kutsutaan *laajennetuksi palvelutarjonnaksi*. Siitä kuva alla. Asiakas tekee valinnan sen mukaan miten hyvin ja nopeasti palvelu on saatavilla. Vuorovaikutus asiakkaan ja palvelun tarjoajan kanssa on tärkeää, asiakas haluaa tulla ymmärretyksi ja odottaa saavansa sitä mitä tarvitsee. Joten tilat, koneet ja asiakaspalvelun pitää olla kunnossa. Palvelun saa parhaiten myytyä, jos asiakas pääsee mukaan vaikuttamaan siihen. Kun asiakas on mukana tekemässä palvelua, hän sitoutuu siihen paremmin ja ymmärtää helpommin mahdolliset virheet. Palveluajatus on se, mistä kaikki lähtee. Se määrittää mitä ydinpalvelu on ja samalla mitä avustavia ja tukipalveluita tarvitaan. (Grönroos 1994, 103, 104–109).



Kuva 1. Laajennettu palvelutarjonta (Grönroos 1994, 109).

Palveluja ei voi suorittaa aina samalla tavalla, lopputulos riippuu aina asiakkaan mielipiteestä ja asiakaspalvelijoiden asenteesta/työtavasta. Palvelun myynnissä ei voida etukäteen kertoa mitä asiakas saa ja mitä ei saa. Näin ollen hinnoitteluakin on hankalaa (Ojasalo & Ojasalo 2010, 27). Palvelun ostaja toivoo saavansa toiveilleen vastauksen ja jos hän pääsee mukaan suunnittelemaan palvelua, on hän valmis sen helpommin ostamaan. Palvelun myynti on paljon mielikuva-markkinointia, sillä usein palvelu ei nähtävissä olevaa. Tällöin palvelun brändin on oltava kunnossa, sillä brändit luovat mielikuvia, niin positiivisia kuin negatiivisiakin.

4.2 Koulutuspalvelujen markkinointi

Koulupalvelujen markkinoinnissa täytyy ottaa huomioon eräitä säännöksiä ja lakeja:

- perustuslaki
- julkisen hallinnon tiedotustoiminnan perussäännöt
- markkinointia koskien annetut yksittäiset säännöt ja määräykset
- hallinto-oikeudelliset periaatteet
- mainonnan kansainväliset perussäännöt

- Tekijänoikeuslaki
- Lisäksi ohjeellisesti tulee noudattaa Kuluttajansuojalakia ja Kilpailulainsäädäntöä. (Junkkari 2001, 95)

Nämä sitovat koulujen markkinointia, mutta yleensä nämä osataan ottaa huomioon kun katsotaan, että markkinointi ei ole harhaanjohtava. Kilpailutus kuuluu nykyiseen koulumaailmaan ja sillä pyritään ylläpitämään tasapuolisuutta kyseisillä markkinoilla. Koulujen markkinointi painottuu usein painotuotteisiin, kuten esitteisiin ja flyereihin. Koulujen www-sivut ovat suosittuja markkinoinnissa ja jotkut koulut lähettävät vanhoille opiskelijoille sähköpostitse ja postitse mainoksia uusista tutkinnoista ja lisäkoulutusmahdollisuuksista.

Yksityisen ja julkisen sektorin markkinoinnissa on eroja;

- Markkinoinnin kohde on erilainen, julkisella sektorilla on useampi kohderyhmä.
- Yksityisellä sektorilla päätöksenteko on usein nopeampaa, sillä julkisen sektorin päätöksentekomenettely on tarkemmin säädetty lailla
- Yksityisen sektorin tarkoitus on tuottaa voittoa, jolla pyöritetään toimintaa.
- Julkinen sektori tarjoaa enimmäkseen palveluja. (Junkkari 2001, 52–53)

Jotta markkinointi on tehokasta ja kantaa hedelmää, on siinä huomioitava muutakin kuin mainontaa. Palvelujen markkinoinnissa on otettava huomioon tuote, hinta, jakelu ja viestintä. Näiden markkinointikeinojen yhdistelmä auttaa luomaan kokonaisvaltaisen markkinointisuunnitelman. Siinä osataan ottaa huomioon itse tuotteeseen vaikuttavat seikat, kuten asiakkaat, palvelu sisältöineen, tuotteen imago sekä ympäristö. Hintaa mietittäessä on otettava huomioon kustannukset, toimitukset ja ehdot. Jakelussa on mietittävä fyysisiä asioita kuten sijaintia, varastoja yms. Viestintään kuuluu mainontaa, asiakaspalvelu ja pr-toiminta. (Junkkari 2001, 53–54)

Koulujen kohderyhmänä voidaan pitää potentiaaliset palvelun käyttäjät, kuten opiskelijat ja aikuiskoulutusta toivovat, yritys-elämän edustajat, hallinnon sidos-

ryhmät, kuten, kunnat ja valtio, sekä muut ulkoiset sidosryhmät, kuten muut opilaitokset ja media, ja sisäiset sidosryhmät eli työntekijät. Palvelujen markkinoinnissa on kyse tuotteistamisesta, koska palvelu ei ole näkyvää. Tuotteistaminen auttaa palvelua erottumaan kilpailijoista ja keskittymään oikeille kohde-ryhmille (Junkkari 2001, 77–79)

4.3 Mielikuvamarkkinointi

Mielikuvamarkkinoinnin tehtävä on luoda tavoiteltu mielikuva potentiaalisten asiakkaiden mieliin, jotta saataisiin heidät ostamaan tuote/palvelu (Rope & Methher 1987, 17). Ostopäätökseen vaikuttavat niin ostajan järki kuin tunteet, vaikka usein toivotaankin vain järjen vaikuttaneen päätökseen. Mielikuvamarkkinoinnin perustat voidaan jakaa psykologiseen, markkinoinnilliseen ja liiketoiminnalliseen perustaan. Mielikuvamarkkinointiin vaikuttavat siis tunteet, se mielikuva mikä meillä on tuotteesta tai palvelusta, määrää ostammeko sen vai emme. (Rope & Methher 1987, 18–19)

Ihmisten emotiot on aina otettava huomioon markkinointia suunniteltaessa. On tiedettävä asiakkaan perustarve miksi hän ostaisi tuotteen tai palvelun. Eli asiakas ei osta poraa poran takia, vaan saadakseen taulun seinään. Jotkut ostavat vain merkkituotteita pitääkseen yllä toivomaansa statusta. Markkinoinnissa on otettava huomioon miten potentiaaliset asiakkaat miettivät ostopäätöstä niin järki- kuin tunnesyistä. Näin markkinointi luo juuri oikean mielikuvan potentiaaliselle asiakasryhmälle. Liiketaloudellisina perusteina voidaan pitää niitä keinoja, jotka tuovat yritykselle rahaa. Joillekin asiakkaille tuotteen tai palvelun hinta ei ole este, jos mielikuva tuotteesta tai siitä saatavasta hyödystä on tärkein. Mielikuvamarkkinointi auttaa tuotetta/palvelua erottumaan kilpailijoista. (Rope & Methher 1987, 19–23)

Tuotteen tai palvelun mielikuvaan tai voidaan myös sanoa imagon muodostamiseen vaikuttavat tunteiden lisäksi kokemukset, informaatio ja asenteet. Näihin voidaan markkinoinnilla vaikuttaa. On myös alueita, jotka kuuluvat ihmisen psykologiseen kokonaisuuteen, mutta niihin ei voida vaikuttaa suoraan. Näitä ovat

arvot, ennakkoluulot, havainnot ja uskomukset. Nämä asiat eivät näy ihmisestä ulkoapäin, ja usein näistä vaietaan. Ne kuitenkin ovat mukana vaikuttamassa ostosvalintaan. (Rope & Methner 1987, 78–79)

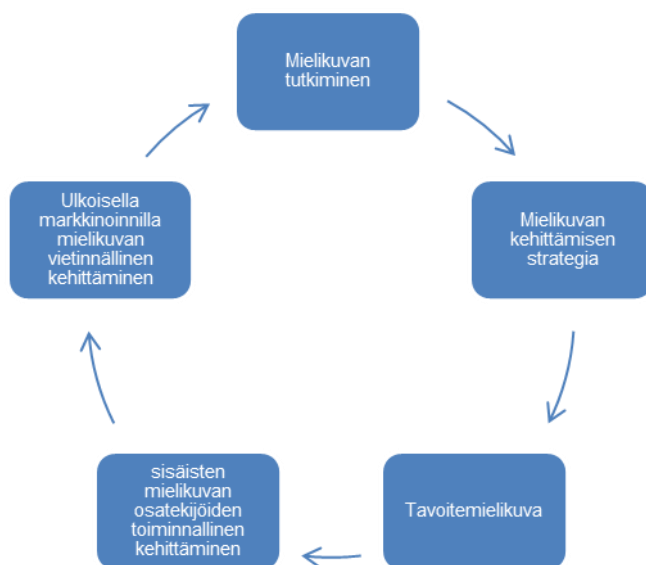
Mielikuva tarkentuu samaan aikaan kuin tieto tuotteesta tai palvelusta tarkentuu. Tässä on hyvä malli myös ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon mielikuvan parantamiseksi pohjaksi. Ne, joilla oli vain jotain tietoa, tai olivat vain kuulleet ylemmästä amk-tutkinnosta, heillä oli puhdas mielikuva tutkinnosta. Kun taas ne, jotka jo tiesivät jo hieman enemmän tutkinnosta, olivat jo muodostaneet tietyn pysyvän negatiivisen, neutraalin tai positiivisen mielikuvan. Tässä kohtaa pitää tuotteen tai palvelun tarjoajan miettiä, miten erottautua kilpailijoista ja saada potentiaalisille asiakkaille positiivinen mielikuva tarjoamastaan tuotteesta tai palvelusta.

Erottaudutaanko toiminnallisesti esim. laadulla vai pehmeillä mielikuvilla kuten ekologisuudella? Viimeinen vaihe on se, jossa asiakas tietää palvelusta ja on jo ollut mukana toiminnassa. Ovatko hänen mielikuvansa toteutuneet? Onko tuote tai palvelu ollut sellaista mitä sitä tarjoava yritys on markkinoinut ja onko se varsinainen toiminta ollut sellaista minkälaisen mielikuvan siitä asiakas ennakolta odotti? Jos vastaus on myönteinen, on onnistuttu ja asiakas ostaa suurella todennäköisyydellä tuotteen tai palvelun uudestaan. (Rope & Methner 1987, 112–113)

1. Puhdas mielikuva
 - Informaatiotaso: (tietoisuus & tunteminen)
2. Pysyvä mielikuva
 - Asennetaso: (asenteet & preferenssi)
3. Sisäinen totuus
 - Käyttäytymistaso: (preferenssi & kokemukset) (Rope & Methner 1987, 112)

Kuvassa 2 näkyy miten mielikuvaa voi kehittää. Ensin sitä tutkitaan tekemällä selvityksiä kilpailijoista ja seuraavaksi siirrytään miettimään strategiaa miten saadaan luotua mielikuvasta paras mahdollinen tuomaan hyötyä yritykselle.

Kolmanneksi asetetaan tavoitteet sovitun strategian mukaisesti. Nämä ovat apuna sisäisessä ja ulkoisessa viestinnässä, jossa ensin on suunniteltava sisäinen toiminta kuntoon, jotta voidaan keskittyä ulkoiseen viestinnän toteuttamiseen. Jotta kehittäminen pysyy ajantasaisena ja toiminta kilpailukykyisenä, on kehittämisprosessia seurattava ja tehtävä muutoksia jos prosessi uhkaa jäähdyttää paikoilleen.



Kuva 2. Mielikuvan kehittämisprosessi (Rope & Methner 1987, 167)

4.4 Brändin luominen

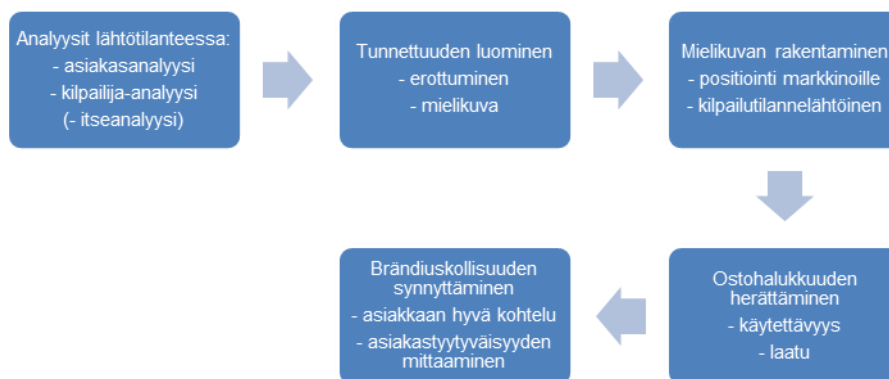
Brändin avulla voidaan tunnistaa tuote/palvelu ja sen avulla voidaan erottautua samanlaisten tuotteiden joukosta. Ihmisillä on aina tietty mielikuva tuotteesta/palvelusta ja he luovat brändille arvon suostumalla maksamaan siitä tietyn summan (Lappeenrannan yliopisto). Hyväksi koettu tuote/palvelu ostetaan uudestaan, koska se säästää aikaa ja rahaa. Tietyillä brändeillä on sellainen arvo, että niitä ostamalla voidaan saada omalle yritykselle myös arvoa. Aiheenani on tutkia ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon tunnettuutta, joten brändäyksestä

lukiessani en voi välttää ajatuksesta tämän tutkinnon brändämisestä. Saada aikaan sellaisia mielikuvia tutkinnosta, jolla sen uskottavuutta ja tunnettuutta parannettaisiin. Rekrytointiyritykset ja yritysten henkilöstöosaston rekrytointivastaavat oppisivat tuntemaan tutkinnon hyväksi vaihtoehdoksi maistereiden rinnalle. Näin tutkintonimike näkyisi useammin työpaikkailmoituksissa ja sitä ei sekoitettaisi tradenomin tutkintoon.

Hyvän brändin ominaisuuksia ovat sen tuomat positiiviset asiat asiakkaille. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut voi edesauttaa tutkinnon myönteistä imagoa työskentelemällä yrityksen kehittämistehtävissä ja tuomalla opinnoista saatuja oppeja mukaan työhönsä. Laadukasta työtä tekemällä ja osoittamalla osaavansa ottaa työhön myös tutkimuksellisen otteen, tutkinnon suorittanut voi antaa työnantajalleen hyvän mielikuvan. Brändiä voidaan analysoida tekemällä oman brändin analyysi ja kilpailija-analyysi. Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon brändiä tutkittaessa on hyvä ottaa selville asiakkaiden eli työnantajien mielikuvat sekä tutkinnon mahdolliset eroavaisuudet tradenomin ja maisterin tutkinnoista (Lappeenrannan yliopisto).

Yksi hyvän brändin merkki on hyvä ja mieleen jäävä tuotenimi. Sen pitäisi olla helposti luettava, nimi ei saa olla harhaanjohtava ja kuitenkin tuotteesta kertova (Raatikainen 2008, 92.) Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanut tradenomi laittaa tutkintonimikkeeksi tradenomi (ylempi AMK), ongelmaksi voi muodostua ylemmän korkeakoulututkinnon sekaantuminen tradenomitutkintoon.

Kuvassa 3 voidaan nähdä brändin rakentamisen eri vaiheet. Ensin selvitetään keitä ovat mahdolliset asiakkaat ja mikä heitä kiinnostaa. Sitten otetaan selvää kilpailijoista analyysin avulla, jotta tiedetään miten erottautua. Kun näistä on kerätty tiedot, mietitään miten tunnettuutta voitaisiin lisätä esim. imagon avulla. Tätä lähdetään kehittämään rakentamalla mielikuvaa, joka herättää oikeissa asiakkaissa ostohalukkuutta. Kun valittu kohderyhmä saadaan ostamaan tuotetta tai palvelua, on tarkoitus myös pitää heidät pitkäaikaisina asiakkaina.



Kuva 3. Brändin rakentamisen prosessi (Raatikainen 2008, 99)

Lisäsin kuvaan 3 vielä yhden analyysin, sillä Lindberg-Repo mainitsee vielä itseanalyysin. Tämän analyysin tarkoituksena on, että yritys tarkastelee kriittisesti brändin imagoaan, sen vahvuuksia ja heikkouksia ja eroavaisuuksia muihin brändeihin. (Lindberg-Repo 2005, 256)

Brändiä voidaan myös pitää asiakkaan kumppanina, sillä jotta yhteistyö säilyy, he tarvitsevat toisiaan. Asiakkaan täytyy päästä mukaan brändin kehittelyyn eli palvelun tuottajan ja ostajan välillä täytyy olla yhteys. Brändi voimistuu ja kestää vuosienkin päähän, kunhan sen potentiaaliset asiakkaat ottavat itselleen. Kun molemmat osapuolet kuuntelevat toisiaan, saadaan mukaan niin järki- kuin tunneperäiset puolet markkinointiin mukaan. Kun brändi on tunnettu ja hyvämaineinen, tuo se arvostusta niin itse brändille kuin sen käyttäjälle. (Lindberg-Repo 2005, 46–47)

5 TUTKIMUSTULOKSET

5.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tarkoituksena on tutkia kokonaisvaltaisesti valittua kohdetta. Tähän tarvitaan laadullista tutkimusta, jonka avulla voidaan tutkia valittua kohdetta monipuolisemmin ja löytää vastauksia ongelmiin monelta eri kantilta katsottuna. Tämä tarkoittaa sitä, että tiedonkeruu tapahtuu todellisissa tilanteissa yleensä ihmisiä haastatellen tai havainnoiden. Tässä tutkimustyyliässä tutkija ei määrää mikä on merkityksellisintä, vaan se syntyy materiaalia tutkittaessa ja selvittäessä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään mm. seuraavia metodeja

- teemahaastattelu
- osallistuva havainnointi
- ryhmähaastattelut
- erilaisten dokumenttien ja tekstien diskursiiviset analyysit.

Laadullisessa tutkimuksessa haastateltava joukko valitaan, eikä tehdä satunnaisotantaa. Tutkimuksen edetessä suunnitelmaa hiotaan ja korjataan sen mukaan mitä kuinka tärkeitä asioita tutkimustuloksissa tulee esille tai miten olosuhteet sitä vaativat (Hirsjärvi ym. 2003, 152,155).

Tässä opinnäytetyössä käytettävät kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset saatiin teemahaastattelulla. Teemahaastattelussa on etukäteen sovittu teemat mihin kysymykset liittyvät, mutta kysymysten muotoa ei ole tarkkaan määritelty (Hirsjärvi ym. 2003, 195).

5.2 Reliaabelisuus ja validisuus

Tutkimuksessa pyritään siihen, että tutkimus on luotettava ja pätevä, eli reliaabelinen ja validinen, koska tutkimuksen on oltava uskottava. Laadullisessa tutkimuksessa validius tarkoittaa tutkimusten tärkeimpien asioiden eli kuvausten ja tulkintojen yhteensopivuuden luotettavuutta. Kvalitatiivisen tutkimuksen reliaabelius paranee, kun tutkimuksen tekijä kertoo, miten on tutkimuksen toteuttanut vaihe vaiheelta kertomalla esim. haastatteluaineiston hankinnan olosuhteista ja paikoista missä se on tehty. On hyvä myös kertoa mahdollisista virhetekijöistä haastattelutilanteessa. Kun on kerrottu haastattelutilanteesta, virhetekijöistä yms., voidaan siirtyä tulosten analysointiin. Analysoinnissa suositellaan luotettavuuden saamiseksi tulosten luokittelua. Aluksi kerrotaan miksi päädytään tiettyyn luokitteluun ja sitten aloitetaan tulosten pohdinta. Tuloksia pohdittaessa on kerrottava miksi päättyy kyseiseen analysointiin ja haastatteluista voidaan ottaa tähän kohtaan suoria lainauksia selventääkseen analyysiaan (Hirsjärvi ym. 2003, 214–215).

5.3 Tutkimuksen toteutus

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opintoihin kuului menetelmäopinnot, jossa yhtenä osa-alueena olivat kvalitatiiviset opinnot. Keväällä 2011 opiskeluryhmäni kanssa äänestimme tutkimuksen aiheesta ja suosituimmaksi kvalitatiivisen tutkimuksen aiheeksi nousi ylemmän amk -tutkinnon tunnettuuden selvittäminen Turun talousalueella. Ryhmä valitsi teemahaastattelun menetelmäksi, koska sen avulla saataisiin enemmän haastateltavien omia ajatuksia ja mielikuvia esille. Ryhmä ideoi yhdessä viitekehyksen ja haastattelurungon ja yhdessä päätettiin, että jokainen haastattelee 2 henkilöä. Jokainen valitsi haastateltavat itse ja suurimmalla osalla toinen haastateltavista oli oman työpaikan esimies tai rekrytoinnista vastaava. Toinen haastateltava oli jonkun muun yrityksen rekrytoinnin kanssa tekemisissä oleva henkilö. Osa haastatteli myös rekrytointiyritysten konsultteja, koska ryhmän mielestä heidät oli tärkeä ottaa mukaan kasvavan vuokratyöpaikkatilanteen takia. Jokainen litteroi omat haastattelunsa ja analysoi

tuloksensa ja vertaili niitä annettuun teoreettiseen viitekehykseen ja lopuksi tuloksia käytiin läpi tunnilla. Haastatteluita tuli yhteensä 48 kpl ja niitä tarjottiin kurssin päätyttyä materiaaliksi opinnäytetyölle ja minä otin työn vastaan.

Kävin haastattelemassa kahta eri rekrytointiyrityksen konsulttia, koska tutkimuksen aikana en ollut töissä. Oli helpompi mennä rekrytointialan yritykseen haastattelemaan heitä, kuin valita spontaanisti joku yritys ja sen rekrytointivastaava. Toiseksi olin kiinnostunut tietämään työtä etsivänä henkilönä mitä rekrytointialan ihmiset tietävät tutkinnosta. Soitin ensin näihin kahteen rekrytointialan yritykseen ja kysyin lupaa tulla haastattelemaan jotain yrityksen konsulttia. Molemmista yrityksistä suostuttiin ja sovittiin henkilö jolle soitan ja varaan haastatteluaian. Menin molempiin yritykseen paikanpäälle tekemään haastattelun. Molemmat konsulentit olivat varanneet aikaa haastatteluun tunnin ja siihen lopulta molemmissa tapauksissa kului 30min. Haastateltavat olivat pyytäneet saada haastattelukysymykset etukäteen sähköpostitse, joten he olivat valmistautuneet haastatteluun. Nauhoitin haastattelut, jotta ne olisi helpompi litteroida. Litteroinnit tapahtuivat haastattelupäivinä.

Toinen haastateltava ei ollut kuullut koskaan ylemmästä amk-tutkinnosta, jota haastattelu koski, joten hän ei ollut kovin kiinnostunut koko aiheesta. Hän vastaili hyvin ylimalkaisesti, ja jouduin myös haastattelijana vastaamaan hänen kyselyihin koskien tutkintoa ja sen sisältöä. Se mitä kerroin tutkinnosta, vaikutti luultavammin hänen vastauksiinsa. Yritin keskittyä kysymään valmiiksi laaditut kysymykset, mutta näin jälkikäteen ajateltuna, olisi ehkä ollut hyvä tehdä jatkokysymyksiä. Varsinkin toiselle haastateltavista, joka ei tuntenut tutkintoa. Ainoastaan kun kysyttiin tutkinnon vaikutuksesta rekrytointitilanteessa, hän tunsi olonsa varmemmaksi, oltiinhan hänen työalueellaan. Toinen haastateltava taas tiesi tutkinnosta, oli sitä itsekin miettinyt, mutta oli kuitenkin valinnut kauppa-keakouluopinnot, joten sain häneltä enemmän mielipiteitä ja mielikuvia.

Kaikkia 48 haastattelun tuloksia tutkiessani huomasin, että vaikka kysymykset oli laadittu yhdessä, haastattelutilanteessa niitä ei aina esitetty samassa järjestyksessä ja osa oli jopa jätetty kysymättä. Osa haastattelijoista oli myös joutunut

kertomaan haastateltaville mikä ylempi amk – tutkinto on, joten mielikuva tutkinnosta on voinut syntyä vain siitä mitä haastattelija on tutkinnosta kertonut.

Tutkimuksen yhtenä mahdollisena virhetekijänä pidän sitä, että en ollut mukana 46 haastattelutilanteessa. Haastattelutuloksista ei käynyt ilmi, miksi kukin valitsi juuri tietyn henkilön haastateltavaksi. Samoin en voinut tehdä päätelmiä siitä, oliko haastatteluihin voinut vaikuttaa esimies – alainen asetelma, oliko joukossa tuttujen välisiä haastatteluja, sekä miten nämä mahdolliset asetelmat olivat voineet vaikuttaa tuloksiin. Tuloksista ei myöskään käynyt ilmi, olivatko kaikki saaneet haastattelulomakkeen etukäteen, jolla on voinut olla vaikutusta vastauksiin. Haastattelulomake löytyy liitteestä 1. Sain jokaiselta haastattelijalta litteroidut tekstit ja pystyin tekemään analyysiä ainoastaan niiden pohjalta. Haastateltavia mietittäessä olisi kannattanut ottaa etukäteen selvää, oliko haastateltava ollut tekemisissä rekrytoinnin kanssa. Edellä mainitut tekijät ovat osittain vaikuttaneet tutkimuksen luotettavuuteen.

5.4 Analyysin toteutus

Aluksi pohdin, miten lähden käsittelemään laajaa haastattelumateriaalia ja päädyin jakamaan tulokset kahteen osaan; ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneiden vastauksiin ja alemman korkeakoulun tms. tutkinnon suorittaneiden vastauksiin. Vastanneiden koulutustaustat näkyvät liitteessä 2. Tutkimuksessa kysyttiin ensin, onko kuullut ylemmästä amk-tutkinnosta ja mitä tietää tutkinnosta. Jaoin vastaukset myös näiden tulosten kesken. Henkilöt, jotka olivat kuulleet tutkinnosta ja tiesivät sisällöstä ja henkilöt, jotka eivät olleet kuulleet tutkinnosta, eivätkä tieneet sisällöstä. Pohdin mitkä vastaukset olisivat merkityksellisiä, onko hyödyllistä tutkia niiden vastauksia, jotka ovat kuulleet ja tietävät tutkinnosta, vai niiden jotka eivät tunne eivätkä ole kuulleet tutkinnosta. Tein päätöksen valita mielestäni enemmän tietoa antavat vastaukset mukaan tutkimuksen analysointiin, sillä tutkimuksen avulla ei saatu näyttöä, tiesivätkö vastaajat todellakin tutkinnon sisällöstä vai vertasivatko he sitä tradenomin tai KTM – tutkintoihin.

Päätin tarkastella vastauksia teemojen mukaan: mihin työtehtäviin (haastateltava) palkkaisi tutkinnon suorittaneen, tutkinnon suorittaneen osaaminen, mielikuvat tutkinnon vahvuuksista ja heikkouksista, vertailu muihin kaupallisen alan tutkintoihin sekä mikä rekrytointilanteessa kiinnostaa eniten. Liitteessä 3 on nähtävissä jaottelutaulukko, jonka tutkinnot – kohdassa olen lyhentänyt tutkinonimikkeet seuraavasti: K=KTM, Y=YAMK, M=MBA ja T=tradenomi. Rekrykohdassa kysyttäessä, mikä rekrytointilanteessa painaa eniten, olen laittanut vastauksille seuraavat tarkoitukset; A=työkokemus, B=tutkinto ja C=persoonaa. Pisteytin myös vastaukset niiden tiedon antoisuuden mukaan: III= erittäin antoisa, II= antoisa, I= antaa jotain ja 0= ei kerro mitään. Päätin keskittyä jokaisessa teemassa vain erittäin antoisa – kohtiin.

5.5 Tulokset

Tutkimuksessa haastateltiin 48 henkilöä, joista 56 % oli naisia. Haastateltavien keski-ikä oli 46 vuotta, nuorin oli 24-vuotias ja vanhin 62-vuotias. Vastaajista 73 % oli töissä yksityisellä sektorilla ja näistä 28 % oli rekrytointialan yrityksessä töissä. Loput olivat töissä julkisella sektorilla mm. kaupungilla, valtiolla, puolustusvoimissa, poliisilaitoksella ja opistoissa. Vastaajien taustat on luettavissa liitteessä 2. Kokemusta rekrytoinnista vastaajille kertyi keskimäärin 12 vuotta, pisin kokemus oli 35 vuotta ja lyhin oli vain 1 vuoden kokemus. Vastaajista 44 % oli suorittanut toisen asteen tutkinnon ja loput vastaajista ylemmän asteen korkeakoulututkinnon.

5.6 Tutkinnosta

Tutkimuksessa oli kaksi pääteemaa, joiden pohjalta kysymykset tehtiin. Toinen teemoista koski itse tutkintoa ja toinen mielikuvia kaupallisen alan tutkinnoista. Haastateltavilta haluttiin tietää, mitä he ajattelevat ylemmästä amk – tutkinnosta. Heiltä kysyttiin, onko tutkinto heille tuttu ja heitä pyydettiin kuvailemaan tut-

kintoa. Heiltä kysyttiin myös, onko heidän organisaatiossa työssä tutkinnon suorittaneita ja mitä osaamista tutkinnon suorittaneilla on. Vastaajista 23 % ei ollut kuullut tutkinnosta ennen ja niistä, jotka olivat kuulleet tutkinnosta, vain vajaa puolet, eli 43 %, tunsivat tutkinnon sisällöstä jotain. Haastateltavien vastaukset olivat suurimmalta osin siis mielikuvia, miten asiat voisivat olla, ja vastauksissa näkyi epätietoisuus ja ylemmän amk -tutkinnon vertaaminen tradenomin tutkintoon.

5.6.1 Työtehtävät

Kun haastateltavilta kysyttiin, millaisiin työtehtäviin tutkinnon suorittanut on sijoitettu, vain muutamalla oli kokemusta siitä omassa organisaatiossa. Yhdellä maisterilla oli assistentti, joka suoritti tutkintoa ja kaksi maisteritaustaista vastaajaa tiesi, että organisaatiossa oli 1-2, joka suoritti tutkintoa. Esimies, jolla oli tutkintoa suorittava assistentti, vastasi kysymykseen, millaisiin työtehtäviin sijoitaisi tutkinnon suorittaneen:

”Hyvin laidasta laitaan varmaan uskoisin, jos aika tällanen yleisluontoinen tutkinto, eli kaupallisia tehtäviä ja jois on, mihin onkin sitten ne, painottunut ne opinnot. Niin, niin... niin, niin, en osaa määritellä mitään yhtä, yhtä tehtävää. Sekä että toimihenkilö ja asiantuntija ja varmasti sehän riippuu paljon siitä työkokemuksesta. Eihän missään näin niinkun insinöörin tai ekonomin pelkästään se tutkinto määrittele sitä minkälaisiin tehtäviin. Meil on täällä töissä diplomi-insinööri ja meribiologi ja ja psykologia ja kauppatieteiden maisteria että, että..”
(rekrytointikonsultti, KTM 46v.)

Kyseinen esimies oli kuullut tutkinnosta (assistenttiltaan?), mutta ei tiennyt sisällöstä. Vastauksesta voi päätellä, että tutkinto ei sinänsä ole hänen mielestään tärkein asia valittaessa henkilöä työtehtävään. Mielenkiintoista on se, että hän ei tiennyt sisällöstä enempää, vaikka assistentti opiskeli tutkintoa.

Seuraavana erään myyntijohtajan vastaus samaan kysymykseen:

”Jos ajatellaan esimerkiksi meidän organisaatiota, niin näkisin ihan mahdollisena sijoittua keskijohdon tehtäviin, elikkä tällaiseen niin kuin esimies asemaan varmaan tän tutkinnon pohjalta. Sitten erilaiset kaupalliset tehtävät, Ihan sanotaan aluemyynnistä/avainasiakaspäälliköstä, niin sitten tota mitä meillä on SKS Groupin puolella erilaisia talouspuoleen liittyviä tehtäviä. Miksi ei vaikka logistiikkiin, logistiikkaankin liittyviin tehtäviin. Et, meidän organisaatiossahan ei vielä ole ketään joka olis valmistunut tähän tutkintoon, eli sikäli tohon jatkoon on vaikea ja mahdoton tällä hetkellä vastata. No, kyllä mä näkisin että tietysti pelkkä tutkinto nyt, se on vaikee sanoo ihan pelkästään sen pohjalta, mutta sanotaan että se tutkinto plus sitten se muu työkokemus ja työhistoria, niin kyllä mä näkisin esimerkiksi SKS:n tyyppisessä yrityksessä työpaikkoja vois löytyä, tai työtehtäviä voisi löytyä taloushallinnosta, varmasti voisi löytyä meidän logistiikka puolelta, varmasti vois löytyä keskijohdosta myöskin työtehtäviä. Myynti on tietysti sikäli haastavampi rooli kun tässä ei tuu sitä teknistä koulutusta, että sitten se riippuu tän henkilön aikasemmasta koulutustaustasta ja työkokemuksesta, että miten vois sijoittuu myyntiin. Mutta sekään ei varmasti ole pois suljettu. Eli aika laajasti, sanoisin näin.” (myyntijohtaja, DI 38v.)

Vastaaja liittää tutkinnon kaupalliseen alaan, pitää mahdollisena sijoittua monenlaisiin työtehtäviin. Hän on kuullut tutkinnosta ehkä siksi, että tietää kahden henkilön organisaatiossa opiskelevan tutkintoa, mutta henkilöt eivät varmaankaan ole lähimpiä työkavereita. Vastauksesta voi nähdä, että hän arvostaa ylempää amk-tutkintoa ja vaikka ei tunnekaan sisältöä, on valmis sijoittamaan tutkinnon suorittaneen esimiesasemaan, koska pohjalla on työkokemusta.

Kaikkia tähän kysymykseen liittyviä vastauksia tarkasteltaessa, vastaajat sijoittaisivat tutkinnon suorittaneen asiantuntija- ja esimiestehtäviin. Osa muistutti, että pelkkä tutkinto ei riitä, vaan työkokemus myös vaikuttaa, mihin työtehtävään valitaan. Osa asetti ylemmän amk – tutkinnon samalle tasolle kuin maisteritutkinnot, joten he myös sijoittivat tutkinnon suorittaneen samoihin työtehtäviin mihin maisteritkin. Suurin osa vastaajista ei tiennyt tutkinnon sisällöstä, joten

epäselväksi jäi, olivatko he verranneet tutkintoa johonkin tuntemaansa tutkintoon, kuten tradenomi tai KTM. Niin julkisella kuin yksityisellä puolella olevien vastaajien vastaukset eivät eronneet toisistaan. Myöskään vastaajien iällä ei ollut merkitystä, kun kysyttiin YAMK – tutkinnon suorittaneen sijoittumisesta työelämään.

5.6.2 Osaaminen

Kun haastateltavilta kysyttiin tutkinnon osaamisesta, monikaan ei osannut vastata, koska tutkinto oli heille tuntematon. Kyselylomakkeessa oli annettu vaihtoehtoja, joista vastaajat valitsivat tutkintoon sopivat osaamiset. Vaihtoehdot olivat: vuorovaikutustaidot (eli esiintyminen, tiimityö, palautteen antaminen), operatiivinen osaaminen, johtamistaidot ja kehittämisosaaminen. Heiltä kysyttiin myös muista mahdollisista osaamisista. Alla yhden rekrytointialayrityksen senior konsultin vastaus. Hän oli kuullut tutkinnosta ja tiesi jotain tutkinnon sisällöstä.

”No, toi menee, ne ovat aika henkilökohtaisia ominaisuuksia, mutta ne osaamiset tulevat siitä, että siellä on tota koulutus. Jos siellä se peruskoulutus, joka on vaikkapa se AMK, eikö se silloin ole 2,5-3-vuotinen ja jos tämä on 1,5 suunnilleen siihen päälle ja siinä on työelämää välissä, jota jäsennetään, niin mun mielestä siinä on aika hyvä lähtökohta, niin siinä on ammatillisuutta silloin periaatteessa paljon. Muu toi mitä kyselit niin, ne ovat sitten henkilökohtaisia ominaisuuksia ja ihmisten erilaisuus on sitten todella suurta. Sen voin psykologina vahvistaa. Ei kannata mennä niihin. Kyllä ne ovat henkilön oman uran harjaantumisen kautta tulevia, ei mun mielestä niitä YAMK-tutkinto valmiina anna tai sinällään varmista kenellekään sen varmemmin kuin mikään muukaan tutkinto. Tää on hiukan, onhan tämä ammatillisempi, niin kuin jo moneen kertaan todettu verrattuna korkeakouluväylään johon voi vaan painaa lukiosta suoraan KTM:ksi samaan putkeen tekemättä päivääkään töitä eli täysin untuvikkona työelämään. Tässä se on varmistettu, koska työelämää jo on. Mutta se, että jos aletaan puhua johtamisvalmiuksista ja muista, niin ne ovat sitten eri juttu. Sit täytyy päästä myös tekemään asioita ja niihin on sitten vielä omia koulutuksia. Toisaalta se

näkyä, että en tiedä sisältöä, onko teillä sitten paljon vuorovaikutustaitoja ja johtamiskoulusta sisällytettynä, sitä en tiedä.” (senior konsultti, VTM, psykologi 62v.)

Senior konsultin vastaus on hyvä esimerkki siitä, mitä mieltä suurin osa haastateltavista oli. Käytännön kokemusta pidetään arvokkaana, mutta tiettyjä osaamisen alueita ei voida opettaa koulussa, ne ovat luonteenpiirteitä tai ne opitaan työelämässä.

Seuraavan vastauksen on antanut henkilöstöjohtaja, joka on koulutukseltaan HTM, eikä ole kuullut tutkinnosta ennen, joten ei tiedä sisältöäkään. Hänen vastauksestaan voi huomata, että hän ei pidä ylempää amk-tutkintoa teoreettisena, joten tutkinnon suorittaneet ovat varmastikin käytännönläheisiä ja valmiita monenlaisiin tehtäviin organisaatiossa. Vaikka vastaaja ei tiennyt tutkinnosta, päätteli hän tutkinnon olevan käytännönläheinen luultavammin sen takia, että tutkinto on amk-pohjainen. Tämä ei ole välttämättä huono asia, vastaaja pitääkin tutkintoa positiivisena asiana.

”Enemmän käytännönläheisempi ote, ei niin teoreettinen. Enemmän valmiuksia perustyöhön eikä nyrpistelee nenää jos joutuu tekemään perustoimistotyötä. Käytännönläheisyyden kautta teorian tiedekin voi käyttää paremmin ja he ovat käyttökelpoisia melkein mihin tahansa organisaatioon. Eivät niin tarkkaan mieti niitä rajoja koska sitä osaamista on niin paljon. Semmoisilla joilla on teoreettinen koulutustausta niin ne ei sitten ole kovin näppäriä käsistä tekemään ja vähän vaikeampi tarttua konkreettisiin töihin. Operatiivinen osaaminen edellyttää että on kokemusta organisaatiosta. Strateginen ja isomman kokonaisuuden hallitseminen, se riippuu todella paljon yksilöstä. Millainen asenne yleensä on ja miten suhtautuu asioihin.” (henkilöstöjohtaja, HTM 44v.)

Kun osaamisesta kysyttiin, suurin osa kaikista vastaajista oli jo tietoisia siitä, että ylemmän amk – tutkinnon suorittaneilla on jo ainakin kolmen vuoden työkokemus ja opiskelu suoritetaan työn ohessa. Vastauksissa ilmenikin työkokemus tärkeänä asiana ja sen pohjalta vastaajat katsoivat, että tutkinnon suorittaneet ovat saaneet osaamisensa. Moni koki, että kaikkea kysymyksessä luoteltuja

osaamisia ei opita koulussa, vaan ne joko omaa tai ei. Yksi vastaajista vertasi tutkinnon suorittaneen osaamisen samalle tasolle kuin merkonomiin. Osalle vastaajista oli annettu haastattelulomake etukäteen, joten he käyttivät lomakkeessa olevia tietoja.

5.7 Mielikuvat

Toinen tutkimuksen pääteemoista oli mielikuvat, haluttiin selvittää millaisia mielikuvia haastateltavilla on ylemmästä amk – tutkinnosta. Miten he vertaavat tutkintoa muihin kaupallisen alan tutkintoihin ja miten arvostavat ylempää amk - tutkintoa verrattuna muihin tutkintoihin. Haastateltavilta kyseltiin myös mitkä seuraavista ovat tärkeitä rekrytoidessa; työkokemus, tutkinto vai persoona. Mielikuviin liittyviin kysymyksiin oli vastaajien helpompi vastata, sillä vain osalla oli tietoa tutkinnon sisällöstä. Ensimmäiseen pääteemaan liittyvien kysymysten vastaukset olivat suuremmilta osin mielikuvia, joten koko tutkimuksen lopputulos oli erilaisten ihmisten mielikuvia näistä aiheista joita kysyttiin. Suurimmalla osalla ei ollut mitään mielikuvaa tutkinnosta, osa vastaa tutkinnon olevan tradenomin jatkotutkinto, joka on tullut selväksi jo aiemmissa kysymyksissä.

5.7.1 Vahvuudet ja heikkoudet

Kysyttäessä tutkinnon vahvuuksia, enemmistö kaikista vastaajista piti itsensä kouluttamista hyvänä asiana ja tutkinnon suorittavien jo hankkimaa työkokemusta todella hyvänä vahvuutena. Muutama piti hyvänä asiana tutkinnon suorittaneiden käytännöllisempää otetta työhön verrattuna kauppakorkeakoulun tutkintoon.

”Mutta tämän vähäisen kuulemani perusteella kun ajattelee, niin voisin ihan positiivisesti suhtautua. Varsinkin, kun miettii, että työelämää haetaan ihmisiä. Jos se vaan on nyt sellaista, mitä ajattelen, eli käytännönläheistä, niin melkein voisi olla jopa parempi, kun joku kauppakorkeasta valmistunut maisteri suoraan koulun penkiltä, jolla ei ole yhtään työkokemusta. Tällöin voisi kuvitella, että täl-

lainen vaihtoehto olisi meille parempi monenlaisiin työtehtäviin.” (aluejohtaja, YTM 48v.)

”No vahvuudeks se käytännönläheisyys ja kokemus ja tota sitten on kypsytynyt senkin jälkeen kun oot suorittanu yhden tutkinnon ja ollu siin välissä työelämässä jo kuitenkin 3 vuotta ni sekin on vahvuutta.” (HR Coordinator, HTM, 35v.)

Tutkinnon heikkouksia olivat vastaajien mielestä tutkinnon tuntemattomuus, tutkintonimike joka ei kerro tarpeeksi tutkinnon tasosta. Osa mietti, tarvitaanko tällaista tutkintoa, löytyykö heille töitä. Yhdeksi heikkoudeksi mainitsee yksi vastaaja seuraavaa;

”Se mikä tuo pienen kysymyksen siihen, että miten meidän suomalaisessa tutkintakirjossa on sen paikka, kysyntä? Miksi tällainen täytyy olla? Miksi se ei voi olla vain akateeminen tutkinto siihen vaihtoehtona? Minä en oikein tiedä minkä tämä tutkinto paikkaa suomalaisessa työelämässä. Minulla ei ole sellaista mieltä kuvaa tehtäväryhmistä, joista puuttuisi joku koulu.” (HR konsultointijohtaja, DI 38v.)

Vastaaja oli kuullut tutkinnosta, mutta ei tiennyt sisällöstä. Hän ihmettelee, mikä on ylemmän amk-tutkinnon tarkoitus verrattuna akateemiseen tutkintoon. Mihin tutkinnon suorittaneet sijoittuvat työelämässä? Hyviä kysymyksiä, jotka liittyvät tähän tutkimukseen. En tiedä, vaikuttiko hänen koulutustaustansa vastaukseen, ehkä jonkin verran. Hän ei ollut ainoa, joka pohti kysymystä siitä, että tarvitaanko erilaisia tutkintoja lisää. Alla seuraava mielenkiintoa herättävä vastaus:

”No vahvuuksia niin: se tosiaan niinkun vahvistaa tutkinnon niinkun asemaa varmasti, mutta sit taas toisaalta siinä on sit taas se, että on niinkun niin monen tasosia nykyisin näit tutkintoja, et alempaa ylempää ja sit on niinkun taas yliopistotutkintoja, niin ei niinkun kun itte on kuitenkin jo jokunen vuosi takana kun on opiskellu, niin silleen niinkun rupee putoomaan tästä kelkasta, tästä koulutusjärjestelmästä ja luokituksesta, että mitä nää sitten oikeesti niinku tarkoittaa..” (hallintojohtaja, VTM 42.v)

Vastaaja mainitsi ensin vahvuudeksi sen, että koulutus vahvistaa ylemmän amk-tutkinnon asemaa. Mutta samalla hän piti heikkoutena sitä, että syntyy uusia tutkintoja koulutusjärjestelmään. Rekrytoinnista vastaavat eivät pysty tietämään kaikista tutkinnoista ja niiden sisällöistä, eivätkä pysy mukana, kun uusia tutkintonimikkeitä syntyy. Ei ihme, että osa vastaajista ihmetteli uuden tutkinnon merkitystä ja asemaa työmarkkinoilla.

Toinen heikkous mikä nousi monessa vastauksessa esille, oli tutkinnon nimi. Virallisesti tutkinto kirjoitetaan Tradenomi (ylempi AMK) – tutkinto, joten se sekoitetaan helposti tradenomin tutkintoon. Tutkinnon nimike hämää rekrytoinnista vastaavia ja siten tunnetuimpien tutkintojen suorittaneiden on ehkä helpompi päästä työhaastatteluihin.

”Ylipäänsä YAMK tutkinto, sitä pitäisi tuoda enemmän esille, se on viime vuonna tullutkin enemmän esille, mutta vie toki aina aikansa kun on kyseessä uusi tutkinto, ehkä se ei tuo vahvoja mielikuvia ihmisille, ei ole nyt itsellä ihan tarkkaa käsitystä mistä alueilta sitä voi suorittaa.” (HR Specialist, sosionomi)

Yllä henkilöstöhallinnossa työskentelevän sosionomin vastaus. Siitä voi päätellä, että vaikka hänellä ei ollut tietoa, millä kaikilla linjoilla voi ylemmän amk-tutkinnon suorittaa, hän suhtautui tutkintoon positiivisesti.

Seuraava vastaaja oli osannut päätellä jotain tutkinnon nimikkeestä, vaikka ei tuntenut tutkintoa eikä sisältöä. Tämän perusteella hän piti ylempää amk-tutkintoa samanarvoisena kuin kauppatieteiden maisteri –tutkintoa. Yrityksessä työskentelee yksi ko.tutkintoa opiskeleva.

”Nimitys pitäisi olla yhtenevä KTM kanssa, jos se on yhtenevä tutkinnon kanssa. Se pitäisi tulla esille nimessä, koska muuten se antaa vaikutelman että tuo on jonkinlainen suppea täydentävä osa tradenomin koulutukseen ja se ei varmaan ole tarkoitus.” (logistiikan kuljetuspäällikkö, merkonomi, 46v.)

5.7.2 Vertailu muihin kaupallisen alan tutkintoihin

Haastateltavia pyydettiin vertaamaan keskenään MBA –, kauppätieteiden maisteri -, ylempää ammattikorkeakoulu- ja tradenomi – tutkintoja. Suurin osa mielsi ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon kauppätieteiden maisteritutkinnon ja tradenomitutkinnon väliin. Vastauksiin on voinut vaikuttaa se, että kyselyn edessä tulee ilmi, että ylempää amk-tutkintoa voi hakea opiskelemaan vain vähintään kolmen vuoden työkokemuksen omaava alemman korkeakoulututkinnon suorittanut henkilö. Näin ollen selviää, että tutkinnon on oltava korkeammalla tasolla kuin tradenomin tutkinto. Ylempi amk-tutkinto on heidän mielestään teoreettisempi kuin tradenomin tutkinto, mutta käytännöllisempi kuin KTM, koska ylemmän amk-tutkinnon opiskelleilla on vähintään kolmen vuoden työkokemus.

Osalla vastanneista oli kuitenkin hankalaa sijoittaa ylempää amk-tutkintoa, sillä he eivät tunteneet tutkinnon sisältöä. MBA – tutkinto oli osalle myös tuntematon, joskin muutama tiesi sen olevan lisäkoulutusta, eikä varsinaista tutkintoa. Vertaattaessa julkisen ja yksityisen puolen haastateltavien vastauksia, ei merkittäviä eroja löytynyt. Rekrytointiyrityksessä työssä olevien vastauksissa korostui työkokemuksen merkitys työmarkkinoilla, koulutus ei heidän mielestään takaa osaamista. Alla on muutamia esimerkkejä vastauksista:

”MBA:sta ei ole kokemuksia, se on ehkä enemmän vain täydentävä juttu. Ylimmäksi arvostan KTM, sitten YAMK ja sitten tradenomi.” (henkilöstöpäällikkö, HTM 53v.)

Henkilöstöpäällikkö on suorittanut yliopistotutkinnon, joten hän arvosti kauppätieteiden maisterin tutkintoa eniten. Vastauksia tarkastellessa oli havaittavissa, että moni maisteritutkinnon hankkinut vastasi samalla tavoin. Se mikä on tuttua, sitä on helpompi arvostaa eniten. Seuraavana valtiotieteen ylioppilaan vastaus:

”Tradenomiopinnot antavat valmiudet toimimaan työelämässä, käytännön työelämään valmistavaa. KTM ja YAMK jos ne olis samalla viivalla, niin siihen tulis työelämäharjoittelun ja kokemuksen kautta sitten se teoreettisempi puoli, pystyy tekemään tutkimusta ja suoriutuu vaativimmista tehtävistä. MBA on yksi askel

edemmäs ja se liittyy KTM- ja YAMK-tutkintoihin, mutta se on ehkä niiden yläpuolella.” (pääsihteeri, valt. yo 27v.)

Yliopistolla toimiva pääsihteeri oli kuullut tutkinnosta ja tiesi sisällöstä, joka näkyi myös yllä olevasta vastauksesta. Hänen mielestään maisterin ja ylemmän amk-tutkinnon välillä oli eroa. Vastaaja kokee, jotta tutkinnot voisivat olla samalla tasolla, ylemmän amk-tutkinnon opiskelijat tarvitsevat lisää työkokemusta ja teoreettista tutkimusosaamista.

”Kun verrataan KTM, MBA, tradenomeja ja YAMK-tutkinnon käyneitä keskenään, niin on vaikea sanoa eroja. Tietysti KTM on edellytyksenä moniin asiantuntijatehtäviin, kun tiedetään, että KTM ja tradenomi ovat selkeitä käsitteitä. Niin sitten YAMK, niin onko se sitten siinä välissä vai missä, sen aika näyttää.” (konttorijohtaja, VTM 53v.)

Konttorijohtajan vastaus kertoi ylemmän amk-tutkinnon tuntemattomuudesta ja sen sijoittamisen vaikeudesta. Kun ylempi amk-tutkinto tulee tunnetummaksi yrityselämässä, tutkinnon suorittaneita on helpompi sijoittaa koulutusta vastaavaan työhön.

Ylemmän amk-tutkinnon arvostus

Kun kysyttiin ylempi amk-tutkinnon arvostuksesta verrattuna näihin muihin tutkintoihin (tradenomi, KTM, MBA), vastaukset tukivat edellisen kysymyksen vastauksia. KTM – tutkintoa ja ylempää amk – tutkintoa arvostetaan yhtä paljon. Tässäkin kohdassa osa halusi painottaa työkokemuksen tärkeyttä. Tässä muutamia kommentteja.

”Tradenomi olisi sopivin henkilöstöhallinnossa eli palkanlaskenta ja henkilöstöasiantuntijatehtäviin. Ylempi tradenomi olisi lähiesimiestehtäviin, projektitehtäviin ja KTM vois sopia johtajaksi.” (palveluesimies, yo-merkonomi 58v.)

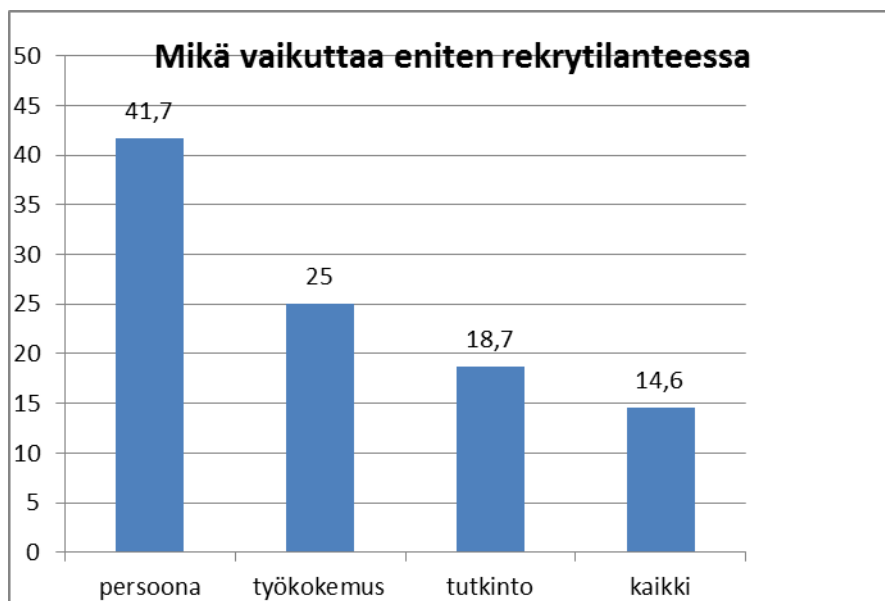
Vastaaja on yleistänyt paljon, tämä johtuneee siitä, että hänen työpaikassaan yllä mainittujen tutkintojen suorittaneet ovat sijoittuneet mainittuihin työtehtäviin. Hän on itse koulutukseltaan yo-merkonomi ja töissä talous- ja henkilöstöhallinnossa.

”Kyllä minun mielestä varsinkin tradenomilla ja tradenomi YAMK:lla on omat paikkansa. Ja se on osa sitä suomalaista yhteisöä ja yhteiskuntaa. Meillä on paljon tehtäviä, joiden täytyy asiantuntijoiden ja ammattilaisten hoitaa. Yhteiskunnan koulutusrakenne vääristyy, jos kaikki hakevat samantyyppiseen koulutukseen. Toimiaksemme meidän täytyy olla monipuolisia ja ehkä vielä niin, että voisi palata tähän vanhaan teknikkotutkintoon, joka on sitten se alempi amk-tutkinto.” (HR –konsultointijohtaja, DI 38v.)

HR -konsultointijohtajan vastauksessa voi nähdä rekrytointiyrityksen edustajan kannan. Vaikka hän ei tuntenut tutkinnon sisältöä, hän oli valmis hyväksymään ylemmän amk-tutkinnon paikan muiden tutkintojen joukossa. Hän toivoi vielä, että eritasoisia ja alempia ammattitutkintoja tulisi lisää. Työelämä kaipaa myös muitakin kuin maistereita ja tohtoreita.

5.7.3 Rekrytointitilanne

Tutkimuksessa haluttiin myös tietää, miten tärkeäksi tutkinto arvostetaan rekrytointitilanteessa. Haastateltavilta kysyttiin mihin arvojärjestykseen laittaisi työkokemuksen, tutkinnon ja persoonan. Vastanneista 41,7 % oli sitä mieltä, että persoona on tärkein tekijä rekrytointitilanteessa. Työkokemusta piti tärkeimpänä 25 % vastanneista ja vain 18,7 % piti tutkintoa tärkeimpänä. Osa vastaajista piti koulutusta perusvaatimuksena jotta pääsee haastatteluun, ja vasta sitten katsotaan mikä vaikuttaa, työkokemus vai persoona. Vastaajista 14,6 % ei halunnut erotella näitä kolmea asiaa keskenään, vaan piti niitä yhtä tärkeitä. Ks. alla oleva kuva 4.



Kuva 4. Vastaajien mielipiteet rekrytoinnissa vaikuttavista vaihtoehtoista

”Itse arvostan työkokemusta, mutta totta kai tutkintokin merkitse juuri siinä, että se antaa ihmisestä tietyn kuvan. Kokonaisuus on mun mielestä se mikä merkitsee. Siihen vaikuttaa työkokemus, tutkinto ja persoona. Riippuu paljon tehtävästä mihin haetaan ja mitä ominaisuuksia siihen vaaditaan.” (henkilöstöjohtaja, ekonomi 40v+.)

Rekrytointialalla työskentelevien mielipiteissä näkyi se, että asiakas on se joka lopulta päättää, mutta he voivat olla mukana vaikuttamassa päätöksentekoon. Työnhakijasta näkyy ensin hakemuksessa koulutus ja työkokemus ja kun hän pääsee haastatteluun, voidaan tutustua persoonaan. Se mikä on ”hyvää paperilla”, ei välttämättä ole sitä, jos persoona ei vastannut mielikuvaa. Alla on yhden tutkimukseen osallistuneen rekrytointikonsultin vastaus.

”Se on vaikeeta, sitä itse välillä itsekkin miettii, mikä siinä lopulta ratkaisee. Tietysti se on kokonaispaketti, mutta joskus on tilanteita, jossa henkilön persoona ja ihminen itse painaa enemmän kuin tutkinnot. Asiakkaan vaatimuksista täytyy kuitenkin lähteä liikkeelle. Kyllä se ihmisen persoona nousee painavimmin esille. Ja se motivaatio, usein tulee kuitenkin tilanteita jossa ihmisellä on hyvä tut-

kinto, opintoja ja työkokemusta mutta jotakin puuttuu. Se on jännä kokonaisuus.” (rekrytointikonsultti, VTM 40v.)

”Julkisella sektorilla valinta täytyy pystyä perustelemaan ja se lähtee siitä tutkinosta. Sitten kun se tutkinto on kohdallaan niin silloin pääsee tarkemmin katsomaan niitä persoonia, työkokemusta ja muuta sopivuutta. Ainakin vielä julkisella sektorilla tehtävään vaadittavaa koulutus täytyy olla. Kyllä työkokemuksellakin on merkitystä, mut kyllä työkokemus ja persoona tulevat melko rinta rintaan siinä. Joskus on jopa parempi ottaa vähän kokemattomampaan joka voisi vähän virkistää sitä kokonaisuutta. Kaikki lähtee siitä hakuilmoituksesta että mitä haetaan. Että jos siellä todetaan että vaaditaan vähintään kolmen vuoden työkokemus, niin se täytyy silloin olla. Persoonalla on hyvin paljon merkitystä. Kokonaisuus on se joka merkitsee. Ja siitä täytyy täytyä se tutkinto eli tehtävään vaadittava tutkinto.” (henkilöstöjohtaja, HTM 44v.)

Tarkasteltaessa julkisella ja yksityisellä puolella työskentelevien mahdollisia eroja vastauksissa eroja löytyi, sillä julkisen puolen rekrytoinnista vastaavat painottivat tutkinnon olevan perusvaatimus ja sitten vasta katsotaan muut asiat. Näin ajatellen, ylempi amk-tutkinto auttaa työnhaussa enemmän kun haetaan julkisen puolen työpaikkoja. Tosin moni tutkinnon opiskelija on jo töissä, joten heille tutkinnon suorittaminen on enemmänkin oman osaamisen kehittämistä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

6.1 Tutkinnosta saatujen tietojen johtopäätöksiä

Ylempi ammattikorkeakoulututkinto vakinaistettiin lailla v. 2005. Ensimmäisiä kokeiluja tutkinnosta tehtiin jo v. 2002. Tutkinto on ollut olemassa siis jo 10 vuotta, mutta tutkimusten mukaan se on vieläkin tuntematon monille yrityksissä toimiville esimiehille ja rekrytointiyrityksille.

Tutkinnon tunnettuus

Ryhmäni tekemistä haastatteluista kävi ilmi, että suurin osa vastaajista oli kuulut ylemmästä amk – tutkinnosta, mutta heistä vain vajaa puolet tiesi jotain tutkinnon sisällöstä. Haastatteluista ei käynyt ilmi, tiesivätkö he todella tutkinnon sisällöstä vai mielsivätkö he tutkinnon sisällön samaksi kuin jo tietämänsä tradenomin tai kauppatieteiden maisterin tutkintojen sisällöt. Osasyynä tähän voidaan pitää tutkinnon nimikettä tradenomi (ylempi amk), joka sekoittaa tutkinnon tradenomi – tutkintoon.

Toinen syy tutkinnon tuntemattomuuteen on se, että verrattuna tradenomeihin, ylemmän amk-tutkinnon suorittaneita valmistuu vuosittain huomattavasti vähemmän. Kun ammattikorkeakoulut ilmestyivät Suomen koulumaailmaan 1990 – luvulla, ihmeteltiin silloin, mihin voidaan sijoittaa ammattikorkeakoulusta valmistuneita iktyonomeja, sosionomeja ja tradenomeja. Miten tradenomi eroaa merkonomista? Kun 2000 – luvulla päätettiin luoda jatkotutkinto ammattikorkeakoulututkinnoille, alettiin ihmetellä, mihin ylemmän amk-tutkinnon suorittaneita sijoitetaan. Opetusministeriön mukaan ylempi amk-tutkinto on samalla tasolla 7 maisteritutkinnon kanssa, mutta varsinkin sosiaaalialalla työskentelevät tutkinnon suorittaneet eivät ole löytäneet paikkaansa.

Osaaminen

Tutkinnot annetuissa tavoitteissa sen suorittaneen toivotaan olevan kansainvälinen, kielitaitoinen tiimityöntekijä, joka voi toimia oman alansa asiantuntija- ja johtamistehtävissä. Hän osaa käyttää hyväkseen alan tutkimustietoja ja on valmis jatkuvasti kehittämään itseään ja ammattitaitoaan. Tutkimuksessa vastaajilta kysyttiin tutkinnon suorittaneiden osaamisesta. Heille oli annettu valmiiksi osaamisen eri vaihtoehtoja kuten: vuorovaikutustaidot (eli esiintyminen, tiimityö, palautteen antaminen), operatiivinen osaaminen, johtamistaidot ja kehittämisosaaminen. Moni heistä koki, että johtamistaitoja ei voi oppia koulussa, vaan joko niitä on tai ei ole. He uskoivat, että tutkinnon suorittanut on hyvä yllä mainituissa vuorovaikutustaidoissa, koska niitä tarvitaan opiskellessa. Operatiivista ja kehittämisosaamista voi tutkinnon suorittaneilla olla, jos he ovat saaneet siitä kokemusta työelämässä.

Vastaajat painottivat ylemmän amk-tutkinnon suorittaneiden olevan käytännöllisempiä kuin kauppatieteiden maisterit. Vastauksista voi päätellä, että ammattikorkeakouluista valmistuneita pidettiin vähemmän teoreettisina kuin yliopistosta valmistuneita. Tosin tässä kohtaa ei käynyt ilmi, tarkoittivatko vastaajat vain ylemmän amk-tutkinnon suorittaneita vai myös tradenomeja. Tutkimuskysymyksiä tehtäessä olisi ollut hyvä käyttää hyväksi Opetusministeriön määrittämiä tutkinnon osaamisalueita ja siten olisi voitu verrata, ajattelevatko esimiehet ja rekrytointiyritysten edustajat samalla tavalla kuin mitä osaamisodotuksia Opetusministeriö on tutkinnot asettanut.

Ylempi amk-tutkinto ja työelämä

Ylempi ammattikorkeakoulututkinto on osa sitä nykyistä jatkuvan koulutuksen ajatusmallia, joka palvelisi työssä olevien lisäkouluttautumista. Työelämä on muuttunut. Ihmiset eivät enää ole saman työnantajan palveluksessa yli 20 vuotta. Kun työpaikat vaihtuvat, täytyy itseään kouluttaa, jotta on kilpailukykyisempi työmarkkinoilla. Ylempää amk -tutkintoa suunniteltaessa otettiin huomioon nämä työmarkkinoiden muutokset. Toisaalta myös yritykset haluavat koulutettua

väkeä, joten he joko tarjoavat lisäkoulutusta työntekijöille tai kannustavat sen hankkimiseen (Leskinen 2005, 35,38). Ylempi amk -tutkinto on aikuiskoulutusta, jossa opiskelijoiden odotetaan olevan itseohjautuvia, tiimityötaitoisia ja heidän odotetaan ymmärtävän elinikäisen oppimisen tarkoituksen. Tutkinnon tarkoituksena on viedä oppimansa tiedot käytäntöön, omaan työhönsä, ja oikein käytettynä siitä hyötyvät niin opiskelija kuin työyhteisö.

Ylempi amk-tutkinto on tarkoitettu vähintään kolmen vuoden työkokemuksen omaavalle alemman korkeakoulututkinnon suorittaneelle. Opiskelu tapahtuu työn ohessa. Tutkintoa voisi olla järkevää tarjota yritysten koulutusvastaaville, jolloin yritykset voisivat olla mukana tarjoamassa tutkintoa lisäkoulutuksena työntekijöilleen. Nyt sitä on enemmän tarjottu alemman korkeakoulututkinnon suorittaneille koulujen entisille opiskelijoille.

Tutkimukseen osallistuneet pitivät ylemmän amk – tutkinnon suorittaneiden vähintään kolmen vuoden työkokemusta erittäin hyvänä asiana. Kuitenkin, kun kysyttiin, mikä rekrytointitilanteessa vaikuttaa eniten (työkokemus, tutkinto vai persoona), tärkeimmäksi nousi persoona (41,7 %) ja työkokemusta piti tärkeimpänä vain neljäsosa vastanneista (25 %).

Mielikuvat

Mielikuvista puhuttiin markkinoinnin yhteydessä. Mielikuvilla myydään tuotteita ja palveluja. Jos asiakkaalla on positiivinen mielikuva tuotteesta/palvelusta, on huomattavasti helpompaa myydä sitä. Jos asiakkaalla ei ole selkeää mielikuvaa, on markkinoinnin tarkoitus luoda hänelle sellainen mielikuva, joka saa hänet valitsemaan kyseisen tuotteen/palvelun. Jotta markkinointi onnistuu, on osattava valita oikeat kohderyhmät.

Tutkimuksessa kyseltiin vastaajien mielikuvia ylemmästä amk - tutkinnosta ja kaupallisen alan eri tutkinnoista, sekä pyydettiin vertaamaan näitä tutkintoja keskenään. Ylemmän amk – tutkinnon vahvuudeksi mainittiin tutkinnon suorittaneiden työkokemus ja ammattikorkeakoulututkinnon käytännöllisyys. Heik-

koudeksi mainittiin tutkintonimike, joka ei kerro tarpeeksi tutkinnon tasosta, sekä tutkinnon tuntemattomuus. Tutkimuksesta esiin tulleet vahvuudet kannattaisi ottaa mukaan ylemmän amk - tutkinnon markkinointiin ja mainitut heikkoudet muuttaa mahdollisuuksiksi.

Verrattaessa ylempää amk-tutkintoa muihin kaupallisen alan nimikkeisiin, kauppatieteiden maisteri – tutkinto on arvostetuin. Moni arvosti myös ylempää amk - tutkintoa yhtä paljon. Vastauksiin on voinut vaikuttaa se, että haastatteluissa on käynyt jo ilmi, että nämä tutkinnot ovat samanarvoisia. Jotta ylempi amk-tutkinto tulisi tunnetummaksi, ja sitä alkaisi useampi opiskella, olisi hyvä tehdä selkeämpi ero sen ja kauppatieteiden maisteri – tutkinnon välillä. Liika epäselvyys vaikeuttaa tutkinnon markkinointiin ja oikean mielikuvan luomiseen.

6.2 Tutkinnon tunnettuuden kehittämis ehdotuksia

Kiven & Smedbergin (2012) opinnäytetyössä on selvitetty ylemmän amk-tutkinnon tunnettuutta työelämässä ja miten tunnettuutta voitaisiin parantaa. Tutkimukseen osallistuneet ehdottivat, että tutkintoa markkinoitaisiin lehdissä, joita työelämän edustajat lukevat, kuten Talouselämä ja Optio. Tällä tavalla tavoitettaisiin tutkinnon toinen kohderyhmä eli työelämän rekrytoinnista vastaavat. Toinen ehdotus oli markkinoida ylempää amk-tutkintoa erilaisissa urakehitys- ja rekrytointimessuilla. (Kivi & Smedberg 2012, 67) Myös minä koen yllä mainitut markkinointiehdotukset hyviksi keinoiksi tuoda tutkintoa paremmin esille.

Turun ammattikorkeakoulun internet-sivuilla kerrotaan koulun markkinoivan ylempää amk-tutkintoa käyttäen koulun omia kanavia, kuten nettisivut, postitusrekisterit ja seurantaraportit, sekä ulkopuolisia markkinointikanavia. Sivuilta löytyy myös kuvio, joka kertoo, kuka ammattikorkeakoulussa vastaa markkinoinnin eri osa-alueista (Turun ammattikorkeakoulu 2013). Kuviosta selviää, että markkinointi on keskitetty vain opiskelijoille. Internet-sivuja voi tosin lukea muutkin kuin tulevat ja nykyiset opiskelijat, mutta koska yrityksiin kohdistuvasta markki-

noinnista ei löydy koulun internet-sivuilta tietoja, katsoisin sen hyvin tärkeäksi väyläksi tutkinnon tunnettuuden kehittämisessä.

Yhtenä hyvänä esimerkkinä koulutuslinjojen markkinoinnista pidän syksyllä 2012 ollutta opinto-ohjaajille tarkoitettua infotilaisuutta Turun ammattikorkeakoulun tekniikan oppilaitoksessa. Siellä opinto-ohjaajille kerrottiin myös ylemmästä ammattikorkeakoulututkinnosta. Jokaiselle annettiin uusi opinto-ohjaajille tarkoitettu yhteishakuopas keväälle 2013. Oppaassa kerrotaan jokaisesta Turun ammattikorkeakoulun koulutuslinjasta, ja ylemmälle ammattikorkeakoulututkinnolle oli varattu oma osionsa. Infotilaisuudessa oli kaksi ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon suorittanutta kertomassa kokemuksistaan. Jonkin verran opinto-ohjaajat kyselivät heiltä, mutta enimmäkseen opinto-ohjaajia kiinnostivat hakuajat ja pääsyvaatimukset alemman korkeakoulututkinnon suorittamiseen. Opinto-ohjaajat kuuluvat mielestäni tutkinnon markkinoinnin tärkeään kohderyhmään, sillä he voivat kertoa opiskelijoille mahdollisuudesta suorittaa jatkossa myös maisteritason tutkinto ammattikorkeakoulussa.

Koulun T&K-toimintaa, täydennyskoulutusta ja palvelutoimintaa markkinoidaan internet-sivujen mukaan työelämän edustajille. Sivuilta löytyy selkeä kuvio, josta käy ilmi, kenelle kuuluu mikäkin markkinoinnin osa-alue. Kuviossa on jaettu markkinointi asiakasvastaavan, täydennyskoulutuksen koordinaatioryhmän, T&K-ohjausryhmän ja markkinointi- ja PR-vastaavan kesken. (Turun ammattikorkeakoulu 2013) Tässä markkinoinnissa voisi mielestäni olla myös ylempi amk-tutkinto mukana.

Yksi tutkimukseen osallistunut esimies ehdotti, että ammattikorkeakoulu voisi kutsua infotapahtumaan kaikkien ylemmän amk-tutkinnon aloittaneiden esimiehet. Näin yritysten edustajat saisivat enemmän tietoa tutkinnosta ja osaisivat paremmin sijoittaa tutkinnon muiden kaupallisten alojen tutkintojen joukkoon. Samassa tapahtumassa voitaisiin yritysten edustajien, koulun T&K edustajien, opettajien ja opiskelijoiden kanssa yhdessä miettiä, miten tutkinnosta kaikki voisivat hyötyä. Samalla tutkinnon tunnettuus paranisi ja koulun ja yrityselämän välinen yhteistyö saisi uuden polun.

Mielikuvaa voidaan kehittää etsimällä tietoa kilpailijoista, asiakkaista ja oman imagon heikkouksista ja vahvuuksista. Sitten voitaisiin järjestää keskustelupahtuma esim. Learning cafe – tyyppinen, johon kutsuttaisiin koulun opettajia, opiskelijoita ja työelämän edustajia. Siellä pohdittaisiin osallistujien kanssa, mitä mielikuvia tutkinto tuo ja mitä mielikuvia halutaan tutkinnon herättävän. Tämän jälkeen mietittäisiin, missä haluamme koulutusmarkkinoilla olla ja se selventäisi, millä tavalla saisimme toivottujen asiakkaiden (opiskelijat ja yritysten edustajat) halukkuuden heräämään. Kun yritysten edustajat ja opiskelijat ovat mukana suunnittelussa, ovat paremmat lähtökohdat brändiuskollisuuden syntymiseen. Heidät on otettu huomioon ja myös heidän tyytyväisyyttään täytyy mitata ja olla yhteydessä heihin säännöllisesti.

Ammattikorkeakoulun olisi hyvä pohtia, miten tradenomi (ylempi amk) -tutkintoa voisi markkinoida ja brändata paremmin. Tutkinnon nimikettä on pohdittu jo useassa tutkimuksessa ja lopputuloksena on ollut toive sen muuttamisesta lähemmäksi maisteri-nimikettä. Vain hyvällä ja kertovalla nimellä voidaan tuottaa/palvelua markkinoida. Mielestäni maisteri (AMK) – nimike on hyvä, sillä se kertoo, minkä tasoisesta tutkinnosta on kyse. Nimikkeen perässä oleva lyhenne AMK erottaa tutkinnon yliopistotutkinnosta.

Mitä enemmän tradenomi (ylempi amk) – tutkinnon suorittaneita on työelämässä, sitä tunnetummaksi tutkinto tulee. Mutta nyt olisi hyvä pohtia, mihin työtehtäviin tämän tutkinnon suorittaneita voidaan sijoittaa. Onko julkinen ala heitä varten, koska siellä tutkinnoilla on enemmän arvoa kuin yksityisellä puolella? Pohdittavaksi jää: Mihin työtehtäviin kauppatieteiden maisterit hakeutuvat? Onko olemassa erikseen työtä kauppatieteiden maistereille ja ylemmän ammattikorkeakoulun suorittaneille? Pitäisikö työmarkkinajärjestöt ottaa mukaan keskusteluun?

LÄHTEET

Auvinen, P.; Heikkilä, J.; Ilola, H.; Kallioinen, O.; Luopajarvi, T.; Raji, K. & Roslöf, J. 2010. Suositus tutkintojen kansallisen viitekehyksen (NQF) ja tutkintojen yhteisten kompetenssien soveltamisesta ammattikorkeakouluissa. ARENE

Grönroos, C. 1994. Nyt kilpaillaan palveluilla. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2003. Tutki ja kirjoita. Vantaa: Dark Oy

Junkkari, T. 2001. Julkiset palvelut ja koulujen markkinoinnin säännöt. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy

Kauppätieteiden maisteri. Turun kauppakorkeakoulu Viitattu 31.10.2012.
<http://www.tse.fi/FI/opiskelu/maisteriohjelmat/Pages/default.aspx>

Kivi, S. & Smedberg, N. 2012. Triangulaatiotutkimus – ylempi tradenomi (yamk) työelämässä. Opinnäytetyö, Laurea amk. Laurea Kerava
(https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54052/Triangulaatiotutkimus_Kivi_Smedberg_2013.pdf?sequence=1)

Lappeenrannan yliopisto. Viitattu 16.2.2011. www.lut.fi

Leskinen, R. 2005. Itseohjautuva ammattikorkeakoulun jatkotutkinto-opiskelija. Tapaus Diak ja Hamk. Helsinki: Multiprint Oy

Levonen J. (toim.) 2007. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto – Työelämäläheistä asiantunte-
musta kehittämässä. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Lindberg-Repo, K. 2005. Asiakkaan ja brändin vuorovaikutus – Miten johtaa brändin arvopro-
sesseja? Juva: WS Bookwell Oy

Majjala, H. & Levonen, J. 2008. Ylempi ammattikorkeakoulu – Osaamisen ennakointi ja tulevai-
suuden haasteet. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

MBA-tutkinto. Koulutus.fi Viitattu 9.11.2012
<http://www.koulutus.fi/haku/mbakoulutus#moreAboutSearch>

MBA-tutkinto. Uranus. Viitattu 31.10.2012. <http://www.uranus.fi/artikkelit/nayta/kiinnostaako-mba-tutkinto/41>

Ojala, M. & Ahola S. 2008. Ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot kokeilusta kokemuksiin. Kou-
lutussosiologian tutkimuskeskuksen raportti Turun yliopisto Turku.

Ojasalo, J. & Ojasalo, K. 2010. B-to-B-palvelujen markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy

Parikka, A. 1999. Ekonomi vai Tradenomi. Koulutussosiologian tutkimuskeskuksen raportti.
Turun yliopisto.

Pisnesenkelit – blogi. Viitattu 4.12.2012
<https://docs.google.com/spreadsheets/viewanalytics?formkey=dFNMOVhyZ0tXRGRURHdOX3RiWGpiMUE6MQ#gid=0>

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Rantanen, T.; Isopahkala-Bouret, U. & Järveläinen, E. 2009. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto työelämän näkökulmasta. KeVerverkko-lehti.4/2009. <http://ojs.seamk.fi/index.php/kever/article/view/1186/1074>

Rantanen, T.; Isopahkala-Bouret, U; Raji, K. & Järveläinen, E. 2010. Ylemmät ammattikorkeakoulututkinnot ja maisterin tutkinnot. Aikuiskasvatus 4/2010, 267–279.

Rope, T. & Mether, J. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Espoo: Weilin+Göös

Tradenomi. Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 31.10.2012. <http://www.turkuamk.fi/public/default.aspx?contentid=141681&nodeid=17007>

Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 17.2.2013. <https://messi.turkuamk.fi/palvelutjajohtaminen/12/12.2/Sivut/etusivu.aspx>

Turun ammattikorkeakoulu. Viitattu 17.2.2013. https://tapamme.toimia.turkuamk.fi/QPR81/Portal/qpr.dll?QPRPORTAL&*prlav&SES=tE9i7GO7pNR.Ml8y&FMT=p&LAN=fi%u002c1&DTM

Varjonen, B. & Maijala, H. 2009. Ylempi ammattikorkeakoulututkinto – Osana innovaatioympäristöjä. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Ylempi amk kehittämisverkosto. Viitattu 4.12.2012 http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMKJulkisetDokumentit/Tutkimus_ja_kehitys/YlempiAMK_kehittamisverkosto/Esite_kehittamisverkosto2.pdf

Liite 1. Haastattelurunko

Perustiedot

- yrityksen/organisaation nimi, toimiala, koko (henkilöstön määrä Suomessa)
- julkinen/yksityinen/ rekrytointialan yritys
- henkilön nimi ja tehtävänimike/asema organisaatiossa, tutkinto, sukupuoli ja ikä
- työkokemusvuodet rekrytoinnissa
- onko organisaatiossanne YAMK-tutkinnon suorittaneita tai opiskelijoita?

Tutkinnoista

- Oletko kuullut/onko tuttu tradenomi YAMK-tutkinnosta?
- Mitä tiedät tästä tutkinnosta?
- Missä yhteydessä on tullut esille?
- Kuvaile YAMK-tutkintoa:

millaisiin työtehtäviin sijoittuvat? (asiantuntija tai joku muu) jos organisaatiossa joku joka on valmistunut tähän, onko ollut vaikutusta työtehtäviin?

tiedätkö mitä pääsyvaatimuksia tutkintoon on? tiedättekö, että vaaditaan työkokemusta?

tietävätkö että tutkinto antaa jatkotutkintokelpoisuuden?

- Onko organisaatiossanne töissä KTM, tradenomi, MBA-tutkinnon suorittaneita? Missä tehtävissä heitä on (esimies/asiantuntija, joku muu tehtävätasotaso?)

- Mitä osaamista YAMK-tutkinnon suorittaneella käsityksesi mukaan on?

vuorovaikutustaidot: (esiintyminen, tiimityö, palautteen antaminen),

operatiivinen osaaminen, johtamistaidot ja kehittämisosaaminen

jotain muuta?

Mielikuvat

- Millaisia mielikuvia liität tradenomi YAMK-tutkintoon?

vahvuudet ja heikkoudet

- Minkälaisia kokemuksia teillä on tradenomi YAMK-tutkinnon suorittaneista henkilöistä?
- Minkälaisiin työtehtäviin palkkaisit tradenomi YAMK-tutkinnon suorittaneen ja miksi?
- Miten vertaisit keskenään KTM, tradenomi, MBA ja tradenomi YAMK – tutkinnon suorittaneita ja heidän osaamistaan?
- Kuinka arvostat tradenomi YAMK-tutkintoa suhteessa muihin tutkintoihin?
- Minkälainen käsitys sinulla on siitä kuinka hyvin tradenomi YAMK-tutkinto tunnetaan organisaatiossanne?
- Mikä merkitsee teille eniten rekrytointitilanteessa: työkokemus, tutkinto vai persoona (miten näitä painotetaan?)

Liite 2. Vastaajien taustatiedot

Hlö	<u>titteli</u>	<u>koulutus</u>	<u>ikä</u>
H1	apulaisrehtori	FM	44
H2	henkilöstöpäällikkö	merkonomi	60
H3	tavaratalopäällikkö	vaatetusteknikko	47
H4	yrittäjä	KTM	43
H5	apulaisrehtori	FM	55
H6	senior manager	tradenomi	34
H7	henkilöstöjohtaja	ekonomi	40
H8	toimitusjohtaja	insinööri	59
H9	henkilöstöpäällikkö	hallintotieteiden maisteri	53
H10	palveluesimies	yo-merkonomi	58
H11	talousjohtaja	yo-merkonomi	56
H12	logistiikan kuljetuspäällikkö	merkonomi	46
H13	hallintojohtaja	puuttuu	50
H14	henkilöstökonsultti	psykologian maisteri	31
H15	henkilöstökonsultti	tradenomi, opiskelee Kauppakorkeassa	34
H16	HR-konsultointi johtaja	diplomi-insinööri	38
H17	HR Partner		
H18	konttorijohtaja	VTM	53
H19	controller	KTM	35
H20	toimitusjohtaja	diplomiekonomi	61
H21	hallintopäällikkö	sosionomi	46
H22	ylikomisario	ylikomisario	58
H23	pääsihteeri	valt. Yo	27
H24	HR Manager	kasvatustieteiden maisteri	49
H25	hallintojohtaja	VTM	42
H26	toimitusjohtaja	KHT, KTM	60
H27	joht.järj.yksikön päällikkö	opistotasoinen opistoupseeri	43
H28	pankinjohtaja	tradenomi, MBA loppusuoralla	38
H29	aluejohtaja	YTM	48
H30	toimitusjohtaja	KTM	55
H31	rekrytointikonsultti	VTM	40
H32	toimitusjohtaja	opisto insinööri	60
H33	senior konsultti	VTM/psykologi	62
H34	personnel consultant	tradenomi	24
H35	yhteyspäällikkö	merkonomi	48
H36	rekrytointikonsultti	KTM	46
H37	HR Specialist	sosionomi	
H38	viestinvälityksen palveluesimies	yo-merkonomi	35
H39	asiakkuusjohtaja	tradenomi	57

H40	henkilöstöjohtaja	HTM	44
H41	markketoimintapäällikkö	tradenomi	32
H42	materials management teamleader	yo-merkonomi	
H43	operatiivisen toiminnan vastaava	insinööri	46
H44	HR Coordinator	HTM	35
H45	HR Manager	KTM	51
H46	talouspäällikkö	ekonomi	48
H47	myyntijohtaja	diplomi-insinööri	38
H48	ravintolaesimies	kokki/kylmäkkö	56

Liite 3. Vastausten lajitteluruudukko

Ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneet

	koulutus	On kuul- lut	Tuntee sisällön	tuntee henkilöitä, joilla tutkinto	Osaam	Työteht.?	Mielikuvat	V	H	Kokemuksia	Tutkinnot	Arvostus
H1	M	K	E		0	II	0	I	III	III	Y/T/K	II
H4	M	K	E		0	I	III	0	0	0	M/K/T/Y	0
H7	M	E	E		II	III	I	0	III	I	K,M,Y/T	I
H9	M	K	E		I	I	II	I	0	0	K/Y/T	I
H14	M	E	E		0	II	0	III	0	0	0	III
H16	DI	K	E	org. on 1 tutkintoa suorittava	I	III	III	II	III	0	0	II
H18	M	K	E		0	III	I	III	0	0	III	III
H19	M	K	K		II	III	0	I	III	0	K,M,Y/T	II
H20	DE	E	E		I	I	0	II	III	I	0	I
H24	M	K	K	tuntee henkilöitä, joilla tutkin- to?	III	III	0	II	III	III	K,Y/T	I
H25	M	K	E		0	I	I	I	III	0	kaikki	II

H26	M	K	E		0	0	I	0	0	III	K/Y	0
H29	M	E	E		III	I	0	II	I	0	K/Y/T	0
H30	M	K	K		III	I	0	III	III	0	III	II
H31	M	K	E		0	I	0	II	III	I	Y/M,K	0
H33	M	K	K		III	0	0	I	II	I	Kaikki	0
H36	M	K	E	assistentti opiskelee tutkintoa	II	III	0	0	III	0	III	II
H40	M	E	E		III	I	0	II	III	0	KTM	0
H44	M	K	K		II	0	0	II	III	0	0	0
H45	M	K	K		II	I	III	0	0	0	K/T	0
H46	M	E	E		I	I	0	I	0	0	K/M/Y/T	0
H47	DI	K	E	y yrityksessä 2 suorittaa tutkintoa	I	III	0	II	III	I	K,Y,M/T	II

Alemman korkeakoulututkinnon tai muun alemman tutkinnon saaneet

	On kuul- lut	Tuntee sis	tuntee henkilöitä, joilla tutkin- to	Osaam	Työteht.?	Mielikuvat	V	H	Kokemuksia	Tutkinnot	Arvostus	Rekry
H2	K	E		0	III	0	0	III	I	K/T&Y	III	B
H3	K	E			I	0	0	0	0	0	K	0
H5	K	K		I	II	III	III	0	0	M/K	0	B
H6	K	K		I	III	II	III	III	I	0	III	C
H8	K	K	Pari tuttua on suorittanut	0	I	III	II	III	III	M,Y/K	II	C
H10	K	E		I	III	I	0	III	0	K/Y/T	III	A
H11	K	E		II	0	0	I	III	0	K/Y/T	I	A
H12	E	E		III	I	III	III	III	0	M/K/Y/T	I	kaikki
H13	K	E	tutk. suorittaneita 2 org.	III	III	0	0	0	0	K/Y/T	I	kaikki
H15	K	K		III	III	0	0	0	0	III	0	A
H17	E	E		II	II	III	0	0	0	Y,M,K	0	kaikki
H21	K	K		II	I	0	II	III	0	K&Y	I	A
H22	E	E		II	III	0	0	0	0	0	0	B

H23	K	K		II	III	III	I	III	0	M/K,Y/T	0	A
H27	K	K		0	I	I	I	I	0	Y	II	C
H28	K	K	tuntee henkilöitä, joilla tutkinto?	II	II	II	I	III	I	K/Y,M/T	0	C
H32	K	E		III	0	0	0	0	0	T	0	C
H34	K	K	työkaveri opiskelee tutkintoa	I	II	0	II	III	0	K,M/Y,T	0	B
H35	E	E		I	0	0	I	III	0	K/Y/T	II	C
H37	K	K		II	III	0	0	III	I	II	III	C
H38	K	E		III	I	0	I	0	0	0	II	C
H39	K	K		III	III	III	0	0	0	0	II	C
H41	K	K		III	I	0	II	III	0	K/Y,M	III	C
H42	K	E		0	0	0	III	0	0	III	III	C
H43	K	E		0	I	0	0	0	0	M,Y/K	I	A
H48	E	E		I	0	0	0	0	0	0	II	B